



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

DANIELA QUADROS SOLEDADE

**ANÁLISE DAS ATIVIDADES LIGADAS A INOVAÇÃO SOCIAL DO
CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO DO PARQUE TECNOLÓGICO DE
SERGIPE**

SÃO CRISTÓVÃO
MAIO / 2019

DANIELA QUADROS SOLEDADE

**ANÁLISE DAS ATIVIDADES LIGADAS A INOVAÇÃO SOCIAL DO
CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO DO PARQUE TECNOLÓGICO DE
SERGIPE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Administração do Centro de Ciências Sociais
Aplicadas da Universidade Federal de
Sergipe, em cumprimento às normas de
Trabalho de Conclusão de Curso
regulamentadas pela Resolução nº
069/2012/CONEPE para obtenção da
Graduação em Administração.

Orientadora: Prof.^a Dra. Maria Elena Leon
Olave

SÃO CRISTÓVÃO
MAIO / 2019

FICHA CATALOGRÁFICA

SOLEDADE, Daniela Quadros,
Análise das atividades ligadas a inovação social
do centro vocacional tecnológico do parque Tecnológico
de SERGIPE / São Cristóvão- 2019.

Orientadora: Prof.^a Dra. Maria Elena Leon Olave
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) –
Universidade Federal de Sergipe, Curso de Administração, 2019.

**ANÁLISE DAS ATIVIDADES LIGADAS A INOVAÇÃO SOCIAL DO
CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO DO PARQUE TECNOLÓGICO DE
SERGIPE**

Monografia apresentada ao Curso de
Administração do Centro de Ciências Sociais
Aplicadas da Universidade Federal de
Sergipe, como requisito para obtenção do
título de Bacharel em Administração.

São Cristóvão, _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dra. Maria Elena Leon Olave (Orientadora)
Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof.^a Dra. Mônica
(Membro da Banca Avaliadora)

Prof.^a Ma. Xênia L´amour Campos Oliveira
(Membro da Banca Avaliadora)

Aos meus pais, pelo apoio de sempre e pelo que representam na minha vida e a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Como administradora sei o quão importante são as pessoas na nossa caminhada, não há profissional capaz de levar a vida isoladamente, e, é com essa certeza que começo agradecendo a Deus, aos meus guias e àqueles que me ajudaram a vencer esta etapa.

Ao longo desses anos contei com a ajuda de pessoas que acreditaram em meu potencial e me fizeram acreditar que era possível.

Agradeço aos meus amados pais, Marizete e Ronaldo, que fizeram do meu sonho o seu objetivo, que me ensinaram, dentre muitas lições, a importância de uma boa educação. Vocês são os maiores responsáveis por essa conquista. Obrigada!

A toda minha família e amigos a minha eterna gratidão, por todo apoio.

A minha professora e orientadora Maria Elena Leon, por toda dedicação e principalmente PACIÊNCIA. Sou e serei eternamente grata.

Em especial as minhas amigas do curso, Jeh, Kelly e Josy, que sem vocês seria ainda mais difícil, obrigada por tudo e por sempre.

E por fim agradeço a todos que contribuíram de algum modo para que eu tenha chegado até aqui, meu muito obrigada a cada um de vocês!

“Quando recebemos um ensinamento devemos receber como um valioso presente e não como uma dura tarefa. Eis aqui a diferença que transcende.”

Albert Einstein

RESUMO

A temática sobre inovação social vem ganhando destaque nos meios acadêmicos e organizacionais na tentativa de compreender a inovação social como resposta dos atores sociais a suas aspirações, necessidades, e problemas que se encontram desprovidos de uma solução por parte do estado. A literatura apresenta uma diversidade de modelos para análise de inovação social de organizações que visam reestruturar seu modo de atuação social. Neste sentido, o Estado de Sergipe conta com o Parque Tecnológico e este por sua vez, criou o Centro Vocacional Tecnológico, cujo objetivo é atender as variadas demandas da população dos arredores do SERGIPETEC quanto a ações sociais entre elas à capacitação tecnológica da população. Esta pesquisa teve como objetivo analisar as atividades ligadas à inovação social no CVT do Parque tecnológico de Sergipe (SERGIPETEC), a partir da revisão dos principais modelos formulados na Literatura. Metodologicamente, esta pesquisa realizou um estudo de caso, com abordagem qualitativa, descritiva. Foram aplicados questionários junto aos beneficiários das ações sociais do CVT e realizada entrevista com o Coordenador geral do Centro. Os resultados indicaram que as principais ações sociais são pesquisas com integrantes da comunidade para identificar os principais problemas, ofertar cursos, distribuir tarefas entre os participantes, encontrar soluções para os problemas e replicá-las entre outras. Ao comparar as dimensões dos modelos selecionados identificou-se o modelo de Tardic e Harrison como aquele mais alinhado com as ações do CVT. Os principais desafios estão ligados à procura por recursos financeiros para manter ou ampliar as ações, já dentre as principais oportunidades estão a estruturação de um modelo inovador para o desenvolvimento das escolas públicas entre outros.

Palavras-Chave: Inovação Social. Ação Social. Parque Tecnológico. Centro Vocacional Tecnológico. SERGIPETEC.

ABSTRACT

The theme of social innovation has been gaining prominence in the academic and organizational media in an attempt to understand social innovation as a response of social actors to their aspirations, needs, and problems that are devoid of a solution by the state. The literature presents a diversity of models for analysis of social innovation of organizations that aim to restructure their way of social action. In this sense, the State of Sergipe counts on the Technological Park and this in turn, created the Technological Vocational Center, whose objective is to attend to the varied demands of the population of the surroundings of SERGIPETEC regarding social actions among them to the technological qualification of the population. This research had the objective of analyzing the activities related to social innovation in the CVT of the Sergipe Technology Park (SERGIPETEC), based on the review of the main models formulated in Literature. Methodologically, this research carried out a case study, with a qualitative, descriptive and exploratory approach. A questionnaire was applied to the beneficiaries of CVT social actions and an interview was conducted with the Center's General Coordinator. The results indicated that the main social actions are research with community members to identify the main problems of the community, offer courses, distribute tasks among participants, find solutions to problems and replicate them among others. When comparing the dimensions of the selected models, the model of Tardic and Harrison was identified as the one most aligned with CVT actions. The main challenges are related to the demand for financial resources to maintain or expand the actions, among the main opportunities are the structuring of an innovative model for the development of public schools, among others

Keywords: Social Innovation. Social action. Technologic Park. Technological Vocational Center. SERGIPETEC

LISTA DE QUADROS E FIGURAS

QUADRO 1 - Definições do inovação.....	21
QUADRO 2 - Tipos de inovação.....	23
QUADRO 3 - Definições sobre inovação social.....	28
QUADRO 4 - Modelo de dimensões de análise de inovações sociais.....	31
QUADRO 5 - Cinco variáveis para analisar a inovação social.....	42
QUADRO 6 - Categorias e elementos de análise da pesquisa.....	64
QUADRO 7 - Ações sociais realizadas pelo CVT.....	62
QUADRO 8 - Atividades realizadas pelo CVT: Identificação da dimensão e do Modelo de inovação social.....	63
QUADRO 9 - Desafios e oportunidades para o CVT	66
FIGURA 1 - O ciclo de inovação social.....	39
FIGURA 2 - <i>Framework</i> do processo de inovação social.....	39
FIGURA 3 - Modelo do processo de inovação social.....	42

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Necessidades atendidas pelo Centro Vocacional Tecnológico.....	54
GRÁFICO 2 - Classificação das atividades do CVT.....	55
GRÁFICO 3 - Pessoas afetadas pelas atividades do CVT.....	55
GRÁFICO 4 - Avaliação das atividades do CVT.....	56
GRÁFICO 5 - Experiências dos beneficiários.....	57
GRÁFICO 6 - Informação sobre o CVT.....	57
GRÁFICO 7 - Principais benefícios.....	58

LISTA DE ABREVIATURAS

CRISES – *Centre de recherche sur les innovations sociales*

CVT – Centro Vocacional Tecnológico

MCT – Ministério de Ciência e Tecnologia

NESTA – *National Endowment for Science Technology and the Arts*

RESINDEX – Regional Social *Innovation* Index

SEDETEC – Secretaria Estadual do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia

SEINFRA – Secretaria de Estado da Infraestrutura

SERGIPETEC – Sergipe Parque Tecnológico

TEPSIE – *The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA.....	17
1.2 JUSTIFICATIVA	17
1.3 OBJETIVOS.....	18
1.3.1 Objetivo geral.....	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	19
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	19
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	20
2.1 INOVAÇÃO.....	20
2.2 TIPOS DE INOVAÇÃO.....	23
2.2.1 Inovação de produto/serviço.....	23
2.2.2 Inovação de processo.....	24
2.2.3 Inovação em marketing.....	24
2.2.4 Inovação organizacional.....	25
2.2.5 Tipos de inovação por novidade de resultados.....	25
2.3 INOVAÇÃO SOCIAL.....	27
2.4 MODELOS E DIMENSÕES DE INOVAÇÃO SOCIAL.....	30
2.4.1 O modelo de Tardif e Harrisson (2005)	31
2.4.2 As dimensões de análise da Inovação Social de Cloutier (2003)	33
2.4.3 Dimensões propostas pelo CRISES.....	34
2.4.4 Dimensões propostas pelo TEPSIE	35
2.4.5 Dimensões propostas pelo RESINDEX	36
2.5 PROCESSOS DE INOVAÇÃO SOCIAL.....	36
2.5.1 O Processo de Inovação Social de Cunha e Benneworth (2013)	38
2.5.2 O projeto Rede Quebequense em Inovação Social (2007)	40
3 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	44
3.1 O SERGIPETEC.....	44
3.2 O CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO(CVT).....	45
4 METODOLOGIA.....	48
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	48
4.2 QUESTÕES DE PESQUISA.....	49
4.3 ESTRATÉGIA DE PESQUISA.....	49

4.4 CATEGORIAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE.....	50
4.5 FONTES DE EVIDÊNCIAS.....	52
4.6 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	53
5 ANÁLISE DO CASO SELECIONADO.....	54
5.1 RESULTADOS OBTIDOS COM ENTREVISTA AO GESTOR.....	58
5.2 ANÁLISE DAS DIMENSÕES DA INOVAÇÃO SOCIAL NO CVT.....	61
5.3 COMPARAÇÃO ENTRE OS MODELOS ANALISADOS E O CASO SELECIONADO.....	63
5.4 OPORTUNIDADES E DESAFIOS.....	65
6 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	67
6.1 SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS.....	68
6.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	68
6.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERENCIAS.....	70
APÊNDICES.....	77

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o termo inovação social tem recebido amplo espaço nas discussões levantadas a respeito do tema de inovação. Este assunto tem ultrapassado as fronteiras da academia, sendo debatido tanto em instituições públicas, quanto privadas, além dos governos que estão envolvidos na realização de ações no campo da inovação social (RUEDE; LURTZ, 2012).

A movimentação acerca do tema de inovação social segundo Comeau (2007) decorre da incapacidade das estruturas sociais existentes para eliminar completamente os problemas envolvendo desigualdades sociais, advindos principalmente da falta de capacidade do estado para suprir as necessidades da população, e da ênfase dada às políticas que direcionam o investimento público para o aumento da competitividade em detrimento do desenvolvimento social.

Diante deste cenário, surgem formas de se buscar alternativas viáveis para ultrapassar as dificuldades enfrentadas pela sociedade (BIGNETTI, 2011, p.4), dando lugar a iniciativas voltadas para inovação social.

A inovação social tem sido apresentada como a criação de novas formas organizacionais, e institucionais, assim como novas práticas sociais, novas abordagens e novos conceitos que promovam reais e concretas melhorias na qualidade de vida dos indivíduos (CRISES, 2004).

Portanto, a definição de inovação social aparece como uma nova resposta socialmente reconhecida para a geração de transformação e mudança social (BOUCHARD, 2012; BREWER, 1973; CAJAIBA-SANTANA, 2014; CHAMBON, DAVID & DEVEVEY, 1982; CHRISTENSEN, BAUMANN, RUGGLES & SADTLER, 2006; CLOUTIER, 2003; HAXELTINE *et al.*, 2013; KANTER, 1999; LAPIERRE, 1968, 1977).

Evidencia-se que Taylor (1970) foi um dos primeiros a definir inovação social, abordando aspectos como formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas e invenções sociais. A partir do ano 2000, vários estudos vêm apresentando diferentes noções de como a inovação social busca beneficiar primeiramente a qualidade de vida de forma mais ampla (BIGNETTI, 2011).

Com relação aos modos de análise das inovações sociais, existem na literatura vários pesquisadores que desenvolveram conceitos e posteriormente modelos para estruturar este método e as suas respectivas variáveis. Estes modelos

(CLOUTIER 2003; TARDIF E HARRISSON 2005; MULGAN 2006; ROLLIN E VICENT 2007; BUCKLAND E MURILLO 2013; CUNHA E BENNEWORTH 2013; HAXELTINE *et al.*, 2013) procuram constatar e evidenciar cientificamente as principais questões dessa temática.

Em países como o Brasil, os contextos das diversas regiões tornam difícil a caracterização e aplicação de um modelo analítico para analisar inovação social, justificando a realização de estudos para identificar quais os modelos que se enquadram melhor em cada região.

Na região nordeste, especificamente no Estado de Sergipe, encontra-se instalado o Parque Tecnológico – SERGIPETEC, reconhecido como organização social estadual, o qual tem entre seus objetivos a geração de trabalho e renda, a criação de riqueza que permite investir em novos ativos produtivos, e em novos programas para elevar a qualidade de vida da população sergipana, principalmente, por meio do fomento de atividades de pesquisa e ensino, de apoio a empreendimentos de base tecnológica industrial, além de criação de meios que incentivem a inovação, e contemple a gestão compartilhada de recursos humanos, materiais, físicos e técnicos.

O parque conta com um Centro Vocacional Tecnológico (CVT), que oferece ações sociais voltadas para a população que mora ao redor do parque, principalmente aos moradores do Município de São Cristóvão e regiões circunvizinhas. Estas ações estão relacionadas a vários cursos envolvendo áreas de ensino básico, técnico profissionalizante em diversos níveis e vários estágios de aprendizagem voltados para a capacitação tecnológica da população.

Analisando o cenário descrito, este projeto de pesquisa teve como intuito analisar as principais ações sociais desenvolvidas pelo Parque Tecnológico de Sergipe (SERGIPETEC) especificamente pelo Centro Vocacional Tecnológico (CVT) para compará-las com as dimensões dos modelos de inovação social selecionados na literatura. Também se pretendeu identificar as oportunidades e desafios enfrentados pelos gestores do parque na tentativa de manter e melhorar as ações sociais já implementadas que tem refletido as necessidades da comunidade próxima ao entorno do parque.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA

No que se refere à problemática de uma pesquisa, Vergara (2009, p. 21) declara que um problema dar-se-á como “uma questão não resolvida, onde é algo para o qual se vai buscar resposta, via pesquisa”. Ou como afirmam Marconi e Lakatos (2009) a formulação da situação problemática serve para o esclarecimento de dúvidas específicas que se pretendem solucionar por meio da pesquisa.

A criação do projeto Centro Vocacional Tecnológico-CVT dentro do parque tecnológico na cidade de São Cristóvão- Sergipe, visa auxiliar a comunidade circunvizinha a obter meios para diminuir a desigualdade social na qual está inserida, combinando a participação popular, parcerias com empresas, instituições de ensino e pesquisa e organizações sociais com a preocupação de privilegiar os conhecimentos locais e suas potencialidades regionais para o desenvolvimento sócio cultural.

O CVT oferece cursos profissionalizantes com a finalidade de estimular os jovens da região a procurar mais informação, e ter a escola como um ambiente de integração e aprendizado constante e dinâmico.

Desta forma, o projeto CVT do SERGIPETEC vem interferindo diretamente dando subsídios para que os jovens procurem oportunidades de trabalho e crescimento profissional e pessoal. Para que posteriormente eles sejam autossuficientes e possam ajudar a melhorar a região.

Assim, considerando o cenário de inovação social e suas dimensões, este projeto pretende responder a seguinte problema de pesquisa:

As ações voltadas para Inovação Social realizadas pelo Centro Vocacional Tecnológico do SERGIPETEC estão alcançando seus objetivos no Município de São Cristóvão e Região?

1.2 JUSTIFICATIVA

Conforme Bignetti (2011) ainda que a inovação social seja uma opção para as necessidades sociais e para a crescente preocupação com os erros do mercado que ocasionam desigualdades, os estudos em relação ao tema ainda não representam um grupo representativo das pesquisas acadêmicas, e o conjunto de abordagens, metodologias e práticas ainda não se constitui numa estrutura consolidada de conhecimentos. Autores como Mulgan (2006), BEPA (2011) e Cajaiba-

Santana (2013) acreditam que a temática permanece pouco explorada independentemente dos inúmeros exemplos bem sucedidos que conseguem ser constatados, dando lugar a novas pesquisas.

Nesse sentido, esta pesquisa justifica-se por fatores de ordem social e científica. No que se refere à questão social, considera que a inovação social é um dos caminhos a serem trilhados para assegurar uma sociedade mais justa, igualitária e zelosa por seus direitos e garantias fundamentais. Com o objetivo de pesquisar sobre as atividades de cunho social em um parque tecnológico e conseguir analisar as atividades que proporcionem estímulos e soluções para combater os principais problemas sociais da comunidade sergipana, acredita-se que este trabalho tenha contribuído no desenvolvimento da área, ou seja, auxiliou para que caminhos de atendimento às necessidades sociais se expandam, tornando-se reais, e gerando oportunidade para que atores sociais consigam debater possíveis soluções para melhorar o desenvolvimento local.

Este trabalho pode contribuir na área científica- acadêmica incrementando os estudos específicos sobre atividades voltadas para inovação social dentro de um parque tecnológico da região nordeste do Brasil. Também pode permitir a realização de comparações entre as atividades realizadas no parque SERGIPETEC e os modelos pesquisados na literatura.

1.3 OBJETIVOS

O objetivo envolve uma parte fundamental durante um processo e é o principal ponto de início para selecionar, organizar e dirigir os conteúdos durante um processo. De acordo com Marconi e Lakatos (2009, p. 106), o objetivo geral “está ligado a uma visão global e abrangente do tema”. Neste contexto são definidos os objetivos geral e específicos desta pesquisa:

1.3.1 Objetivo geral

Essa pesquisa traçou o seguinte objetivo geral para responder ao problema identificado:

Analisar as ações ligadas a Inovação Social realizadas pelo Centro Vocacional Tecnológico (CVT) do SERGIPETEC do ponto de vista das dimensões propostas pelos principais modelos para Inovação social encontrados na literatura.

1.3.2 Objetivos específicos

- Estudar os principais modelos de inovação social descritos na literatura;
- Descrever as dimensões contidas nos modelos de inovação social selecionados;
- Elencar as principais ações realizadas pelo CVT no estado de Sergipe que estão relacionados aos problemas;
- Comparar as ações realizadas pelo CVT com as dimensões propostas nos modelos estudados;
- Identificar oportunidades e desafios enfrentados pelos gestores do CVT para manutenção e melhoria das ações implementadas.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está estruturado em seis capítulos assim distribuídos:

O primeiro capítulo apresenta a introdução, justificativa, situação problema, objetivos, bem como a apresentação de sua estrutura; no segundo capítulo é apresentada a fundamentação teórica, na qual são abordados os seguintes tópicos: inovação, tipos de inovação, inovação social, dimensões e modelos de inovação social, processo de inovação social e alguns estudos relacionados com o tema pesquisado.

O terceiro capítulo aborda a descrição do objeto de estudo, o SERGIPETEC e especificamente o centro vocacional tecnológico (CVT). O quarto capítulo contempla os aspectos metodológicos da pesquisa, explicitando o método de abordagem, a classificação da pesquisa, população e amostra, bem como, o instrumento de coleta de dados e como serão tratados e analisados os dados coletados.

No quinto capítulo é abordada a análise do caso com seus resultados, comparações, oportunidades e desafios enfrentados pelo CVT. No sexto e último capítulo são apresentadas a conclusão da pesquisa, sugestões para futuras pesquisas, limitações e considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo expõe uma revisão bibliográfica visando propiciar embasamento teórico à pesquisa. Para Vergara (2009), a revisão da literatura tem por objetivo evidenciar os estudos sobre o tema, ou especificadamente sobre o problema, já realizados por outros autores. Ou ainda, conforme a autora, a revisão indica conexões entre conhecimento existente sobre o assunto e o esclarecimento de dúvidas, concretizando a argumentação e consistência da investigação.

Os tópicos analisados para contextualização da pesquisa são: inovação, tipos de inovação, inovação social, modelos e dimensões de inovação social, processos de inovação e estudos relacionados com o tema pesquisado.

2.1 INOVAÇÃO

A inovação é definida por diferentes autores, que a abordam como um processo criativo na implementação de uma nova ideia, sendo que esta pode ser identificada em produtos, processos, mercados ou modelos organizacionais. Drucker (2002, p. 25) a define como “um instrumento utilizado pelos empreendedores para explorar a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente”.

Inovação significa novidade ou renovação. A palavra é derivada do termo latino "*innovatio*", e se refere a uma ideia, método ou objeto que é criado e que pouco se parece com padrões anteriores. Hoje, a palavra inovação é mais usada no contexto de ideias e invenções e a exploração econômica vinculada, diferenciando a inovação com a invenção que chega no mercado. Drucker (2001), na sua obra *The Essential Drucker*, defende que existem pelo menos três condições a serem cumpridas para que uma inovação tenha sucesso. As condições apresentadas são óbvias, mas são frequentemente negligenciadas.

As organizações buscam constantemente inovar, pois a inovação é vista como um diferencial de mercado, que visa satisfazer as necessidades dos consumidores (BENEITO et al., 2015). A palavra inovação relaciona-se ao ato de inovar, ao ato de fazer algo novo. Em um mundo em que o processo de mudança é bastante presente, a inovação figura no centro de análises de diversos tipos, sendo discutida em diversos meios, muitas vezes sem o devido cuidado conceitual. A origem do conceito de inovação pode ser creditada aos trabalhos do economista Joseph

Schumpeter (1883-1950) – mostrando que inovar é “produzir outras coisas, ou as mesmas coisas de outra maneira, combinar diferentemente materiais e forças, enfim, realizar novas combinações”.

Na literatura é possível encontrar diversas definições, porém, de modo geral, considera-se que a inovação é um sistema de conhecimento acumulado e dinâmico que conduz à transferência e difusão de ideias, conhecimentos, aprendizados e desenvolvimento econômico por meio da flexibilização dos processos produtivos de diversas áreas organizacionais (SCHUMPETER, 1934; LUNDVALL, 1992; LACERDA, 2001).

Para o Manual de Oslo (OCDE, 2005) inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. A inovação, segundo Damanpour, Walker e Avellaneda (2009), é a saída para responder às mudanças dos ambientes externo e interno, bem como para elevar o nível de desempenho das organizações.

Para esses autores, as organizações interagem com o ambiente e fazem mudanças adaptativas, sob a orientação de seus líderes, em resposta às demandas e oportunidades ambientais. Entre as abordagens tradicionalmente utilizadas para o estudo da inovação, Moreira e Vargas (2015) destacam aquelas que mantêm sua análise na trajetória tecnológica das inovações.

No quadro 1 são encontradas as definições de inovação pela visão de diversos autores.

Quadro 1 – Definições de Inovação

ANO	AUTOR	DEFINIÇÃO
1942	SCHUMPETER	Inovação é a capacidade da companhia de superar a concorrência estabelecendo, então, temporariamente um monopólio com a criação de um produto.
1986	DRUCKER	Inovação se apresenta como um produto ou serviço diferenciado, proporcionando novas formas de satisfação ao consumidor.
1988	DOSI ET AL.	Um processo de busca, descoberta, experimentação, desenvolvimento, imitação e adoção de novos produtos,

		novos processos de produção ou novas formas organizacionais.
1994	HAMEL E PRAHALAD	Inovar é lançar mão de novas tecnologias, com a intenção de aumentar a competitividade da empresa, buscando ampliar sua participação no mercado.
2000	HAMEL	Considera a inovação como um processo estratégico, em que o negócio continuamente passa por reinvenção, gerando novos conceitos e novas formas de gestão.
2005	OCDE	“A introdução de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas”.
2008	TIDD, BESSANT E PAVITT	Inovação trata-se de um processo que busca transformar oportunidades em novas ideias, as quais serão utilizadas na prática.
2014	IMBUZEIRO	Conversão de uma nova ideia em algo que possa ser comercializável ou proveitoso ao progresso das empresas, regiões e economias
2014 ; 2015	HUARNG; RIBEIRO-SORIANO; MAS-TUR <i>et al.</i>	Além de fomentar a criação de produtos e processos, a inovação favorece o desempenho de negócios, bem-estar social e criação de riquezas em uma região ou país.

Fonte: Elaboração própria (2018)

O conceito de inovação pode ser entendido a partir da visão de Joseph Schumpeter, quem considera o dinamismo e periodicidade do desenvolvimento econômico como processo, onde novas tecnologias substituem às antigas, tendo seu ciclo renovado a cada vez que o setor industrial precisa inovar em produtos ou processos (SCHUMPETER, 2013). Assim, tendo como base à perspectiva schumpeteriana, as inovações podem ser categorizadas como incrementais e radicais, dependendo do grau em que se utilizam avanços fundamentais na ciência e na tecnologia e novos conhecimentos transformam produtos, métodos de produção e mercados.

Paladino (2007) e Visnjic, Wiengarten e Neely (2016) afirmam que a longo prazo, os processos de inovação ocasionam resultados positivos para as organizações no incremento de receita e na redução dos custos de operações. A estratégia de inovação se torna desafiadora para as organizações, já que necessitam disponibilizar a seus consumidores, produtos e serviços diferenciados, que possuam

alta tecnologia e que sejam desenvolvidos com baixo investimento de capital (GURCA; RAVISHANKAR, 2016). A seguir são detalhadas os tipos de inovação.

2.2 TIPOS DE INOVAÇÃO

Conforme a OCDE (2005), a inovação é caracterizada em quatro tipologias: produtos/serviços; processo; marketing; e, organizacional. No entanto, tais inovações só serão assim caracterizadas se apresentarem resultados mensuráveis, como aumento de faturamento ou produtividade, entre outros.

A classificação dos tipos de inovação de acordo com o Manual de Oslo (OCDE, 2005) é descrita no quadro 2:

Quadro 2 - Tipos de Inovação

TIPO DE INOVAÇÃO	CARACTERÍSTICAS
PRODUTO	Envolvem mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem—se bens e serviços novos ou significativamente aperfeiçoados, quanto às características técnicas, usabilidade ou funcionalidades.
PROCESSO	Aplicado a setores de produção e distribuição. Alcança-se mediante mudanças significativas em técnicas, materiais, software que tenham como objetivo diminuir os custos unitários, melhorar a qualidade, a produção e distribuição de novos produtos ou sensivelmente melhorados.
MARKETING	Métodos de comercialização não utilizados antes na empresa, que introduzam mudanças significativas no design, embalagem, posicionamento, promoção ou precificação, visando aumentar as vendas. As mudanças de posicionamento podem incluir novos canais de venda, franquias ou forma de exibir ou licenciar o produto.
ORGANIZACIONAL	Referem-se à implementação de novos métodos organizacionais. Mudanças nas práticas e procedimentos da empresa, na infraestrutura, relações externas, aplicação de decisões estratégicas reduzindo custos de transação. A atualização da gestão de conhecimento, a produção, sistemas de gestão da qualidade também se incluem nesta classificação.

Fonte: Adaptado de Manual de Oslo (OCDE, 2005).

2.2.1 Inovação de produto/serviço

Uma inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas,

componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais. As inovações de produto podem utilizar novos conhecimentos ou tecnologias, ou podem basear-se em novos usos ou combinações para conhecimentos ou tecnologias existentes. O termo “produto” abrange tanto bens como serviços. O desenvolvimento de um novo uso para um produto com apenas algumas pequenas modificações para suas especificações técnicas é uma inovação de produto (OCDE, 2005)..

Melhoramentos significativos para produtos existentes podem ocorrer por meio de mudanças em materiais, componentes e outras características que aprimoram seu desempenho (OCDE, 2005). É quando há mudança no que se faz, ou seja, desenvolvimento de novos produtos, os quais antes não existiam, ou melhoramento significativo de produtos já existentes, atendendo melhor às necessidades do mercado (RANK; EMEDIATO; OSORIO, 2008).

As inovações de produtos no setor de serviços podem incluir melhoramentos importantes no que diz respeito a como elas são oferecidas, a adição de novas funções ou características em serviços existentes, ou a introdução de serviços inteiramente novos (OCDE, 2005).

2.2.2 Inovação de processo

Uma inovação de processo é a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou *softwares*. As inovações de processo podem visar reduzir custos de produção ou de distribuição, melhorar a qualidade, ou ainda produzir ou distribuir produtos novos ou significativamente melhorados. Quando há mudança no como se faz, aprimorando ou desenvolvendo novas formas de fabricação ou de distribuição de bens e novos meios de prestação de serviços (OCDE, 2005).

2.2.3 Inovação em marketing

Uma inovação de marketing é a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de

preços. Inovações de marketing são voltadas para melhor atender as necessidades dos consumidores, abrindo novos mercados, ou reposicionando o produto de uma empresa no mercado, com o objetivo de aumentar as vendas. Inovações de marketing compreendem mudanças substanciais no *design* do produto, constituindo um novo conceito de marketing. Mudanças de design do produto referem-se aqui a mudanças na forma e na aparência do produto que não alteram as características funcionais ou de uso do produto. Elas também incluem mudanças na forma de embalar produtos como alimentos, bebidas e detergentes, em que a embalagem é o principal determinante da aparência do produto (OCDE, 2005).

2.2.4 Inovação organizacional

Uma inovação organizacional é a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas. Inovações organizacionais podem visar a melhoria do desempenho de uma empresa por meio da redução de custos administrativos ou de custos de transação, estimulando a satisfação no local de trabalho (e assim a produtividade do trabalho), ganhando acesso a ativos não transacionáveis (como o conhecimento externo não codificado) ou reduzindo os custos de suprimentos (OCDE, 2005).

Quando são adotados ou desenvolvidos novos métodos de organização e gestão, seja no local de trabalho, seja nas relações da empresa com o mercado, fornecedores ou distribuidores. Quando são adotados ou desenvolvidos novos métodos de marketing e comercialização, com mudanças significativas na concepção do produto, no design ou na sua embalagem, no posicionamento do produto no mercado, em sua promoção ou na fixação de preços (OCDE, 2005).

2.2.5 Tipos de inovação por novidade de resultados

Ainda na tentativa de classificar a diversidade das inovações, pode-se compreendê-las em dois níveis, conhecidos como a inovação incremental e a inovação radical (GARCIA; CALANTONE, 2002). A incremental está relacionada às alterações ou modificações que promovam uma evolução em produtos ou processos tecnológicos já existentes. A prática da inovação incremental concebe uma ousadia

ínfima aos negócios, pois não exige muita alteração nas práticas da empresa (LONGANEZI, 2008; LEE, CHO & PARK, 2015; WANG; JUAN, 2015; AERTS, KRAFT; LANG, 2015).

A inovação incremental é aquela que tem um grau de novidade moderado e gera ganhos relevantes, sendo uma continuidade de algo existente, direcionada para um mercado preexistente (GARCIA; CALANTONE, 2002; SCHERER; CARLOMAGNO, 2009).

Este tipo de inovação é resultado de planejamento e trabalho árduo rumo à melhoria das características de um produto ou processo (HUMBLE; JONES, 1989). Seus resultados serão impactantes apenas em uma perspectiva micro, de forma a influenciar somente a esfera da tecnologia e marketing (GARCIA; CALATONE, 2002).

É quando existe melhoria no que se faz e/ou aperfeiçoamento do modo como se faz, por acrescentar novos materiais, ou desenhos ou embalagens que tornam mais práticos produtos ou processos já anteriormente existentes, ou ainda acrescentando utilidades diferenciadas ou melhoras evidentes que os tornam mais desejados pelos seus clientes/consumidores e portanto mais competitivos (RANK; EMEDIATO; OSORIO, 2008).

A inovação radical de produtos e processos, por sua vez, ocorre desde que as características dos mesmos não possuam antecedentes manifestos, originando uma mudança nos mercados existentes ou, ainda, a criação de novos (LEIFER; O'CONNOR; RICE, 2002). Além disso, incorpora-se uma nova metodologia, origina-se uma nova estrutura de mercado, uma quebra de paradigma, seja ele em tecnologia ou na composição de negócio, em uma fábrica (GARCIA; CALANTONE, 2002).

De acordo com Longanezi (2008), incluir as inovações radicais ao mercado exige uma responsabilidade de empenho maior do que as inovações incrementais, podendo não proporcionar efeitos prosaicos, o que indefere da qualidade dos serviços ou produtos. Os riscos para esse tipo de implantação são superiores aos da incremental. Já a inovação radical pode obter aumento de lucratividade, gerando uma nova cadeia de produtos e serviços (BABUTSIDZE, 2016).

Além dos tipos de inovações já citados, existe uma inovação que vem sendo bastante pesquisada e aplicada, principalmente em parques tecnológicos. Essa inovação, é a inovação social a qual é o tema deste trabalho e será destrinchada no próximo tópico.

2.3 INOVAÇÃO SOCIAL

De acordo com Moulaert et al., (2005) Schumpeter foi quem primeiro salientou a necessidade de inovação social para confirmar uma eficácia econômica em paralelo à inovação tecnológica. Taylor (1970) foi um dos primeiros a definir inovação social, abordando aspectos como formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas e invenções sociais. A partir do ano 2000, vários estudos vêm apresentando diferentes noções de como a inovação social busca beneficiar primeiramente a qualidade de vida de forma mais ampla (BIGNETTI, 2011).

A inovação social é uma intervenção iniciada por atores sociais para atender a uma aspiração, uma deficiência, uma solução ou gozar de uma ação de oportunidade para alterar as relações sociais, trocar um modo ou sugerir novas orientações culturais (CRISES, 2013).

Verificando as definições de inovação social apresentadas por diferentes pesquisadores, Cloutier (2003) constata que, em geral, a inovação social é uma "nova resposta" para uma situação social precária, insuficiente. O autor ressalta que a inovação social dispõe esse título, porque tem relação ao bem-estar das pessoas e / ou comunidades, definindo-se como uma ação e transformação duradoura que se destaca a desenvolver indivíduos, territórios ou negócios. Evidencia-se que a inovação social não apresenta uma forma particular, pois às vezes é processual, organizacional ou institucional.

Conforme Neumeier (2012) possui-se como principais características das inovações sociais as diferenças em relação às práticas anteriores, sua difusão e estabilização, além de modas temporárias e seus efeitos sobre o crescimento futuro da sociedade.

A Inovação social é uma alternativa para criar respostas novas e mais efetivas aos desafios enfrentados atualmente pelo mundo. Esse campo é ilimitado e pode ser elaborados em todos os setores (privado, público e sem fins lucrativos). As iniciativas mais efetivas de inovação social sucedem quando existe colaboração entre diversos setores, englobando as partes interessadas e os beneficiários. A inovação social pode ser uma ideia nova ou melhorada que contempla, simultaneamente, as necessidades sociais além de gerar novas relações sociais (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010).

Para Manzini (2008), o termo inovação social está intimamente relacionado aos processos de mudanças de modo como os indivíduos e/ou as comunidades agem para solucionar os problemas locais ou para criar oportunidades. Inovação social compreende, portanto, ideias, ações, conhecimentos novos e duradouros que tem o objetivo de superar as necessidades sociais nas mais diferentes áreas por meio da cooperação e participação de todos os envolvidos (BIGNETTI, 2011).

Em sentido similar, Bignetti (2011) identifica que a inovação social detém um conjunto extenso de abordagens, metodologias e práticas, o que não permite interpreta-la como um campo sólido de conhecimento.

O autor ainda salienta que inovação social é um processo de aprendizagem coletivo com base no potencial dos indivíduos e dos grupos que permite a realização de transformações sociais, a formação de novas relações sociais e até novas estruturas sociais e em decorrência do conhecimento aplicado a necessidades sociais por meio da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, produzindo soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral (BIGNETTI, 2011).

O autor observa, ainda, que os estudos de inovação social se divergem dos estudos de inovação tecnológica, sendo que essa nova área precisa de enfoques e metodologias particulares. Indica, ainda, que há uma diversidade de conceitos de noções sobre o tema. Nesse prisma, apresenta-se, no quadro 3, uma compilação de diferentes conceitos e abordagens sobre inovação social.

Quadro 3 – Definições sobre inovação social

ANO	AUTOR	DEFINIÇÃO
1970	TAYLOR	Formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais.
2002	DRUCKER	É um instrumento utilizado pelos empreendedores para explorar a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente.
2003	CLOUTIER	Considerando que uma inovação social é uma resposta para um problema social e pode ocorrer em qualquer setor da sociedade.
2004	RODRIGUES	Analisa que a inovação social está relacionada com a forma como o indivíduo se reconhece na sociedade e aponta três principais fontes de inovação social, quais sejam: inovação

		social, trabalho e emprego; Inovação social e desenvolvimento local; Inovação social e condições de vida.
2004	CRISES	"Novas formas organizacionais e institucionais, novas maneiras de fazer as coisas, novas práticas sociais, novos mecanismos, novas abordagens e novos conceitos que dão origem a resultados concretos e melhorias".
2006	MULGAN	Refere-se às atividades e serviços inovadores que são motivados pelo objetivo de uma necessidade social e que são predominantemente difundidas através de organizações cujos fins principais são sociais.
2006	RODRIGUES	Está relacionada às mudanças em papéis sociais, ou seja, mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrente de abordagens práticas e intervenções.
2007	MULGAN <i>et al</i>	Atividades e serviços inovadores que são motivados pelo objetivo de atender uma necessidade social e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas por meio de organizações cujos principais são sociais.
2010	MURRAY <i>et al</i>	É um fenômeno capaz de elevar a capacidade de agir da sociedade.
2011	BIGNETTI	Inovação social é um processo de aprendizagem coletivo com base no potencial dos indivíduos e dos grupos que permite a realização de transformações sociais, a formação de novas relações sociais e até novas estruturas sociais.
2011	BIGNETTI	Inovação social é o resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral
2012	NEUMEIER	Inovação social ocorre quando uma rede de atores decide mudar a maneira de executar as coisas em determinado contexto, tendo como resultado algum tipo de melhoria tangível para os atores envolvidos, ou mesmo para além. Como exemplo, o autor aponta um contexto de desenvolvimento rural onde as melhorias tangíveis podem ocorrer na área de desempenho econômico de determinada região, nas condições gerais de vida ou de bens públicos.
2012	THE YOUNG FOUNDATION	Define como novas soluções que atendem uma necessidade social, e que levam a novas capacidades para melhorar o uso dos ativos e dos recursos, reforçando a capacidade da sociedade para agir.
2013	SINNERGIAC	Define inovação social como o desempenho das ideias para desenvolver produtos novos ou melhorados, processos, métodos e serviços em busca da resolução de problemas sociais. Estes podem incluir demandas nas áreas de educação, saúde, emprego, cultura, meio ambiente e serviços sociais.

2013	CRISES	A inovação social é uma intervenção iniciada por atores sociais para atender a uma aspiração, atender a uma necessidade, uma solução ou desfrutar de uma ação de oportunidade para mudar as relações sociais, para transformar um quadro ou propor novas orientações culturais.
2013	CUNHA E BENNWORTH	A verdadeira Inovação social é um sistema de mudanças através do desenvolvimento de novas soluções na fronteira que compreende as comunidades de aprendizagem para elevar o valor social e promover o desenvolvimento da Comunidade, desafiando as instituições sociais existentes, através de ações de cooperação desenvolvendo redes mais amplas.
2014	CAJAIBA-SANTANA	A inovação social é caracterizada como um plano de mudanças, efetivado pela operacionalização de ideias, capazes de melhorar a qualidade de vida da população e promover mudança social, criando, assim, novas e duradouras soluções para demandas e carências sociais não atendidas.
2015	PATIAS <i>et al.</i> ,	A inovação social ainda é um campo de pesquisas com abundância de oportunidades e análises acadêmicas, em razão do expressivo espaço para contribuições teóricas e práticas.

Fonte: Elaboração própria (2018)

Para Mulgan *et al* (2007), o viés está sobre as necessidades sociais que serão atendidas por organizações que visam a gerar ganhos sociais e não somente lucratividade, o que o autor destaca como inovação de mercado. Não só conceituar inovação social, mas também é importante delimitar aspectos e dimensões que simplifiquem seu reconhecimento no campo empírico. À vista disso, o tópico seguinte desse trabalho, expõe um conjunto de estudos de diversos autores e suas colaborações sobre as dimensões que delimitam o conceito e prática de inovação social.

2.4 MODELOS DE INOVAÇÃO SOCIAL E SUAS DIMENSÕES

As dimensões do processo de inovação social é um dos aspectos teóricos menos estudados sobre inovação social (CAULIER-GRICE *et al.*, 2012; BRACKERTZ, 2011)

Em referência às formas de avaliação das inovações sociais, existe na literatura estudiosos que criaram modelos para estruturar este processo e as suas características particulares. Mesmo sendo um número ínfimo e com propriedades sedimentadas, estes modelos visam reconhecer e evidenciar cientificamente os pontos principais dessa temática.

A seguir são detalhados alguns dos principais modelos e as suas dimensões apresentadas por vários autores.

2.4.1 O modelo de Tardif e Harrisson (2005)

O modelo de Tardif e Harrisson (2005) foi criado logo após a avaliação de 49 estudos elaborados junto ao Centro de Pesquisa sobre Inovações Sociais (CRISES). Tais estudos abordavam sobre inovações sociais estudadas nos três eixos: 1) trabalho e emprego; 2) condições de vida; e 3) território. Averiguaram que as definições fundamentais no conceito de uma inovação social com vistas à transformação social são constituídos pelas posteriores dimensões: a) novidade e caráter inovador da inovação; b) objetivo da inovação; c) processo de desenvolvimento da inovação; d) relações entre atores e estruturas; e) restrições ao desenvolvimento da inovação.

Em termos de transformações, Tardif e Harrisson (2005) evidenciam que o contexto macro e micro no qual uma inovação social é desenvolvida resultam da identificação dos problemas de ordem econômica e/ou social, tais como crises, rupturas, descontinuidades e modificações estruturais.

Todavia, as mudanças são capazes de terem efeitos diversos de acordo com as escalas, setores e atores envolvidos, o que desperta para a relevância do contexto particular onde sucede a situação-problema, seja em nível de organização de um setor, de um território ou de uma comunidade. As condições para o aparecimento da inovação social são, dessa forma, uma combinação de fatores com cooperação entre os diversos atores que encontrem-se interessados em colaborar na criação e no desenvolvimento de projetos inovadores (MAURER & SILVA, 2014) conforme quadro 4.

Quadro 4 – Modelo de dimensões de análise de inovações sociais

Transformações	Contexto macro/micro Crise Ruptura Descontinuidade Modificações estruturais	Econômico Emergência Adaptação Relações de trabalho Relações de produção e consumo	Social Recomposição Reconstrução Exclusão/ Marginalização Prática / mudança Relações sociais

Caráter inovador	Modelo Trabalho Desenvolvimento Governança Quebequense (Economia Social)	Economia Saber/Conhecime nto Mista Social	Ação social Testes Experimentos Políticas / Programas Arranjos institucionais Regulação social
Inovação	Escala Local	Tipos Técnica Sociotécnica Social Organizacional Institucional	Propósito Bem comum Interesse geral Interesse coletivo Cooperação
Atores	Sociais Movimentos cooperativos/ comunitários/ associativas Sociedade civil Sindicatos	Organizações Empresas Organizações Economia social Organizações coletivas	Instituições Estado Identidade/Valores/Normas Intermediários Comitês Redes sociais / de aliança / de inovação
Processo	Modo de coordenação Avaliação Participação Mobilização Aprendizagem	Meios Parcerias Integração Negociação Empoderamento Difusão	Restrições Complexidade Incerteza Resistência / Tensão Compromisso Inflexibilidade institucional

Fonte: Adaptado de Tardif e Harrisson (2005) e Maurer e Silva (2014).

Em relação ao caráter inovador, Tardif e Harrisson (2005) retratam a ação social que leva à formação de uma inovação, no tipo de economia ao qual ela pertence e aos diferentes modelos que podem ser gerados a partir de sua implantação e disseminação. Desta forma, a partir do contexto e das respectivas condições de emergência e de mudanças, os atores são impulsionados a desenvolver soluções para mitigar uma determinada situação problema.

Especificamente sobre a inovação, esta deve buscar atender aos objetivos gerais dos envolvidos, buscando conciliar os objetivos individuais e os coletivos (bem comum) devendo haver cooperação entre os atores. O tipo de inovação encontra-se em um *continuum* que vai da técnica até a social. O local aqui especificado, diz respeito ao território, podendo a inovação assumir diversos tipos, mas sempre comprometida com a transformação (Tardif & Harrisson, 2005).

As inovações sociais podem ser desenvolvidas pelos mais diversos atores, enquadrados como atores sociais, organizações, instituições e intermediários. No tocante ao processo, este é descrito em termos de modos de coordenação (maneira pela qual os atores interagem e coordenam o desenvolvimento de uma inovação

social), dos meios envolvidos e das restrições à sua implementação (Tardif & Harrisson, 2005).

2.4.2 As dimensões de análise da Inovação Social de Cloutier (2003)

Cloutier (2003), pesquisador ligado ao CRISES e um dos pioneiros sobre o tema da inovação social, realça a importância de reconhecer alguns critérios com finalidade de identificar uma inovação social: a) inovadora e experimental em um dado contexto; b) disposição para tomada de risco por parte dos atores do projeto; c) impacto sobre as políticas sociais em nível nacional ou local; d) qualidade da parceria entre atores; e e) participação dos beneficiários no projeto.

Segundo a sua concepção, a inovação social é definida como uma atividade que elabora novas relações sociais, estruturas ou modos de decisão, acarretada de uma consciência individual e depois coletiva, sendo contextual e dependente da trajetória, propiciando mudanças que estendem a uma melhor integração dos grupos excluídos.

O autor preconiza que a inovação social pode ser classificada de acordo com quatro formas diferenciadas. Especificadamente, citam-se: 1) o objeto em si, a sua natureza (forma); 2) o processo de criação e implementação (processo); 3) o destino das mudanças (atores envolvidos); 4) os resultados obtidos (objetivos da mudança).

Quanto ao objeto em si, a sua natureza, a inovação social é perceptível a partir de (três) sub dimensões: a tangibilidade, a novidade e o objetivo global. A tangibilidade refere-se ao fato que a inovação social pode ser localizada em um *continuum* do tangível ao intangível, ou seja, tanto pode ser um produto como pode ser um “modo de fazer”, sendo medida pela extensão e profundidade das mudanças no sistema (CLOUTIER, 2003).

Em relação ao processo de criação e implementação da inovação social, esta deve atender a certos requisitos de agrupamento em duas categorias principais: diversidade de atores e participação do usuário. A diversidade de atores e a participação ativa são consideradas condições essenciais para a criação e implementação de novas soluções que tem em seu processo a aprendizagem e criação de conhecimento (CLOUTIER, 2003).

Já o destino das mudanças é outra dimensão que o autor enfatiza em sua análise, destacando que a busca do bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades é a razão de ser das inovações sociais, seja em nível individual, no lugar em que se vive (território) ou no local de trabalho (empresa). E por fim, os resultados obtidos com a inovação social devem ser melhores do que as práticas tradicionais e devem produzir uma mudança duradoura.

2.4.3 Dimensões propostas pelo CRISES

O modelo proposto por Tardif (2005) foi criado a partir de um estudo realizado por membros do *Centre de Recherche sur les Innovations Sociales* (CRISES), no Canadá. Neste modelo, as principais dimensões para a realização da inovação incluem as transformações, o caráter inovador, as inovações, os atores e os processos. Considerando que uma inovação social é uma resposta para um problema social e pode ocorrer em qualquer setor da sociedade (CLOUTIER, 2003), as transformações são identificadas a partir de três ângulos de análise: 1) contexto, crise, ruptura, descontinuidade e modificações estruturais; 2) o ângulo econômico, com foco na emergência, adaptação e relações do trabalho, produção e consumo; e 3) o ângulo social, com objetivos voltados para a recomposição, reconstrução, marginalização, prática, mudança e relações sociais.

A dimensão caráter inovador é estabelecida pelos aspectos envolvidos, pela economia e a ação social, que direcionam a inovação por uma escala, um tipo de inovação e uma finalidade, na qual o foco pode ser de atender um bem comum, o interesse geral, o interesse coletivo ou a cooperação. A fase de início da inovação social possui experimentos e tentativas, e as experiências inovadoras tendem a ser institucionalizadas com o passar do tempo, se demonstrarem benefícios sociais (MAURER, 2011).

A inovação propriamente dita também é uma das dimensões propostas pelo CRISES, e tem como objetivo desenvolver o indivíduo ou o território. As inovações sociais são classificadas em um *continuum* do material ao imaterial (CLOUTIER, 2003), e quanto ao caráter, local ou localizado (TARDIF, 2005). Outro ponto a ser analisado segundo este modelo são os atores da inovação, podendo ser considerados sociais, organizações ou instituições, e intermediários. Por fim, são analisados os processos da inovação divididos em modos de coordenação, os meios (parcerias,

negociação, etc.) e as restrições. A inovação social precisa ser passível de replicação em outros contextos e implantada em outros locais (MAURER, 2011).

2.4.4 Dimensões propostas pelo TEPSIE

O projeto TEPSIE (*The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe*) teve suas atividades iniciadas em 2012 e é formado por seis instituições europeias, que buscam compreender a teoria para o desenvolvimento do campo da inovação social. O modelo para medir a inovação social é apresentado por Bund *et al.*, (2013), a partir do modelo desenvolvido pelo NESTA e introduzido pelo Departamento de Inovação, Indústria, Ciência e Investigação do Governo Australiano (APSiI).

Na primeira dimensão, as condições de enquadramento compreendem quatro subindicadores: institucionais, políticos, estrutura e recursos e clima social. Os recursos financeiros voltam-se para fins sociais e os humanos são compostos por trabalho voluntário, profissionalização e a força de trabalho que reage socialmente (HUBRICH *et al*, 2012). Os subindicadores institucionais são compostos por questões políticas e reguladoras. Os voltados para consciência política referem-se à necessidades sociais, estabilidade econômica e a democracia, bem como informações sobre o governo, eficácia e transparência. O clima social é formado por questões referentes aos atores da sociedade que fazem parte da inovação social.

Na segunda dimensão, as atividades empresariais são formadas por um conjunto de ações, características, atitudes e comportamentos que podem ser diretamente rastreados até a organização ou o indivíduo inovador (BUND *et al*, 2013). As atividades de investimentos empresariais são os investimentos e despesas realizados com inovação e as de arranque fazem referência às *start ups* e suas atividades iniciais, os estágios iniciais de um negócio, bem como a as redes de colaboração. A terceira dimensão é composta pelo resultado das inovações sociais, e compreende os indicadores: educação, saúde, emprego, moradia, capital social e redes, participação política e ambiente. Esses abordam a igualdade e a desigualdade, a aquisição de habilidades, o acesso e a qualidade de serviços de saúde, bem como questões relacionadas com habitação e emprego (BUND *et al*, 2013).

2.4.5 Dimensões propostas pelo RESINDEX

O RESINDEX relaciona a capacidade de absorção dos conhecimentos e da inovação social a quatro agentes regionais fundamentais: empresas, organizações sem fins lucrativos, universidades e centros tecnológicos. O modelo apresenta diferentes abordagens e perspectivas sobre inovação social: a abordagem individualista, a abordagem organizacional e a abordagem regional / nacional (UNCETA; CASTRO-SPILLA; FRONTI, 2016). Na mesma linha, o Projeto Europeu TEPSIE desenvolveu um sistema integrado para medir a inovação social, sob a premissa de que o nível organizacional é o mais adequado para medi-las, suas condições, seu impacto e sua governança. O modelo RESINDEX aborda inovação social nas seguintes dimensões (Unceta, Castro-Spilla, & Fronti, (2016):

- a) aquisição de conhecimento (exploração): as capacidades para identificar e interpretar os problemas sociais de monitoramento;
- b) o desenvolvimento de inovações (exploração): a capacidade de combinar e aplicar o conhecimento no desenvolvimento de novos produtos, processos ou métodos visando a solução de problemas e a inclusão social;
- c) avaliação de impacto (avaliação): impacto sobre a população-alvo, aprendizagem organizacional derivada da implementação de inovações sociais;
- d) governança da inovação social (participação e cooperação): governança expressa os mecanismos de inclusão e participação da população-alvo da inovação social, os parceiros estratégicos e a sustentabilidade das inovações sociais.

2.5 PROCESSOS DE INOVAÇÃO SOCIAL

O desenvolvimento de uma inovação acontece mediante um processo com estágios determinados. Para a empresa de consultoria Booz Allen Hamilton, um denominador comum entre inovações bem realizadas é o seu severo método de gestão da inovação, disciplinado com controles das causas críticas em cada etapa (DU PREEZ; LOUW, 2007). A inovação social também é dinamizada por um processo, entretanto este é complexo e interativo o que dificulta diferenciar seu progresso em estágios (VAN DE VEN; HARGRAVE, 2004).

As dimensões do processo de inovação social é um dos aspectos teóricos menos estudados na literatura sobre inovação social (CAULIER-GRICE et al., 2012;

BRACKERTZ, 2011). Entretanto, Mulgan (2006) foi um dos primeiros autores a sugerir um processo de inovação social, seguido por colaboradores (CUNHA; BENNEWORTH, 2013).

A primeira etapa para inovação é o reconhecimento de uma necessidade que não está sendo atendida ou mal atendida e de uma ideia de como essa seria capaz de ser atendida. A segunda etapa do processo de inovação é testar na prática uma ideia promissora. É nessa fase que as ideias mostram suas falhas, são melhoradas e evoluem. O próximo passo ocorre quando a ideia demonstra-se apta a ser desenvolvida na prática. Na terceira fase do processo de inovação social a ideia é alimentada, ampliada, replicada, adaptada a outras realidades ou ainda franqueada. A última fase é a do aprendizado e da adaptação (MULGAN et al., 2007).

Outros autores como Caulier-Grice et al., (2012) e Murray et al; (2010) descrevem o processo de inovação social como compreendido em seis estágios os quais seguem a mesma linha de Mulgan (2007). São os seguintes: o primeiro estágio denomina-se *prompts*, inspirações e diagnóstico e envolve a identificação da necessidade que precisa ser suprida e a formulação de uma questão para identificar as causas da raiz do problema não só os sintomas; o segundo estágio, propostas e ideias, dedica-se a geração de novas ideias que dão soluções à necessidade identificada; o terceiro estágio é intitulado protótipo e piloto e é nesse momento que as ideias são testadas na prática; o quarto estágio, sustentação, é voltado para o desenvolvimento de um modelo de negócio que garanta a viabilidade financeira da solução para que ela possa ser praticada por um longo período; o quinto estágio refere-se ao escalonamento e difusão, é aqui que define-se as estratégias para crescimento e difusão das inovações sociais; finalmente, o sexto estágio denomina-se mudança sistêmica e é o objetivo final de uma inovação social, no sentido que ela influencie movimentos sociais, modelos de negócio, leis e regulamentações, enfim a estrutura social como um todo (MURRAY; CAULIER-GRICE; MULGAN, 2010).

Westley et al., (2006) também trata do processo de inovação social, porém, desvia o foco para o papel do inovador durante o processo de inovação social e, a partir desta perspectiva, descreve sete fases de tal processo. Em uma primeira fase, determinada pessoa ativa e solidária reconhece problemas, injustiças e outras situações que precisam ser resolvidas. Na segunda fase, o inovador social estuda profundamente a situação para melhor compreendê-la, para identificar a estrutura em

que o problema está inserido e suas causas (*stand still*). Na terceira fase (*powerful strangers*).

Enquanto o inovador social observa, pensa, analisa e pondera sobre a situação identificada, ele também age procurando aliados que vão ajudá-lo a encontrar, reestruturar e desbloquear recursos essenciais para o desenvolvimento da inovação. Na etapa seguinte as iniciativas de um inovador social passam a coincidir com as de outros, os seus objetivos se tornam visíveis e ele começa a encontrar uma solução para o *problema (let it find you)*. A quinta fase é marcada pela emergência de novas barreiras: desafios organizacionais e ameaças de interesses divergentes podem dificultar o desenvolvimento da inovação social (*cold heaven*). Na próxima etapa, finalmente, a inovação social consegue ser bem sucedida e expandir (*hope and history rhyme*). Por fim é na última fase que o inovador social percebe o caminho que percorreu, os esforços que fez e o valor deles (*the door opens*).

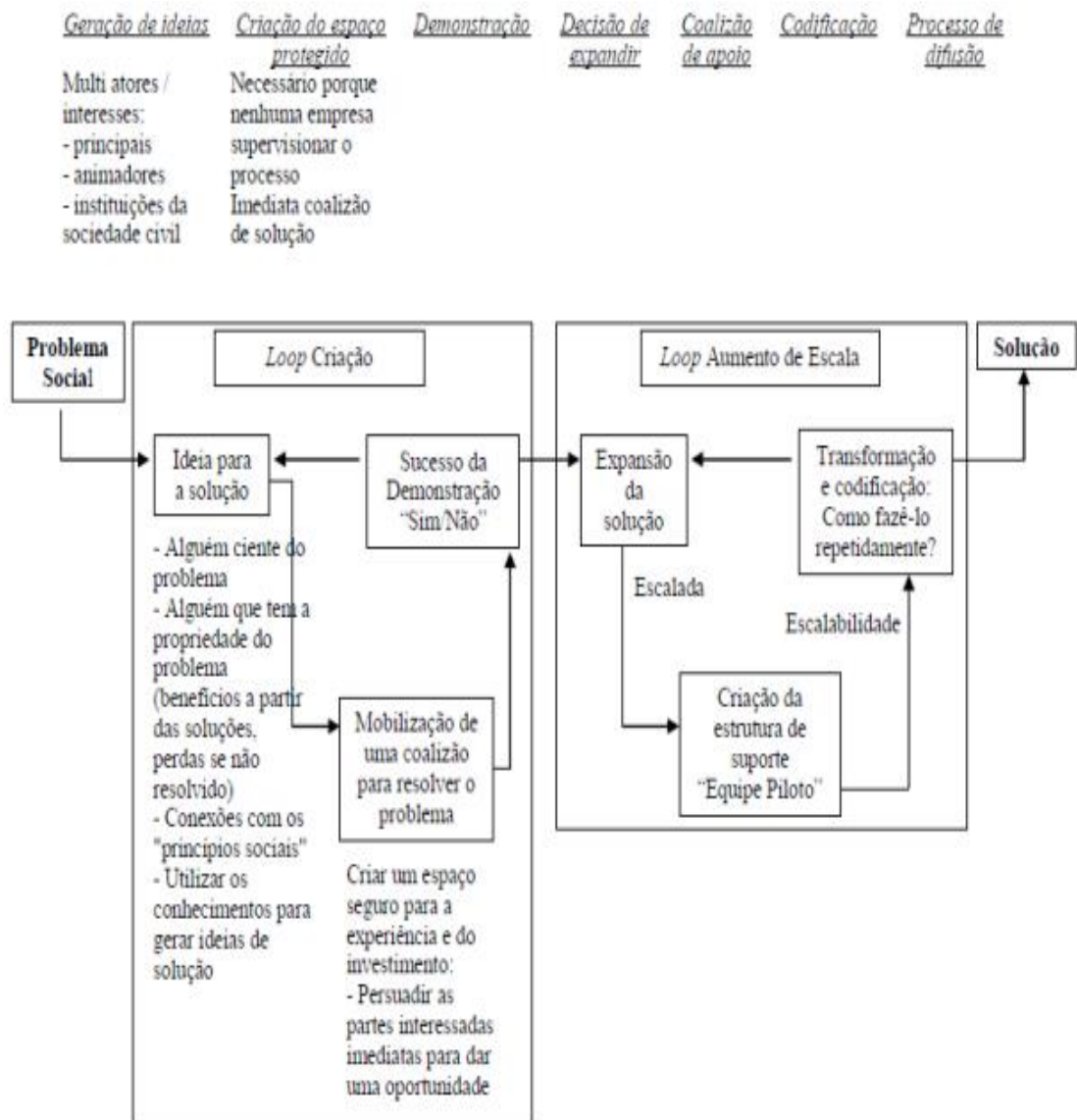
Outro modelo de processo de inovação social é proposto por Neumeier (2012) e é composto por três estágios: problematização, expressão de interesses e delimitação e coordenação. O primeiro ocorre quando um ator ou um grupo deles decide mudar comportamentos e atitudes. O segundo ocorre quando outros atores reconhecem as mudanças de comportamento e atitudes dos primeiros e ficam interessados. Por fim, o terceiro estágio há uma coordenação para construir a capacidade dos atores e resolver o problema.

2.5.1 O Processo de Inovação Social de Cunha e Benneworth (2013)

O processo de inovação social de Cunha e Benneworth está baseado em uma revisão de alguns processos desenvolvidos por outros pesquisadores, entre os quais Mulgan (2006), Westley et al. (2006) e Neumeier (2012). Eles propõem um quadro para o processo de inovação social com base em processos de inovação não-lineares, composto de sete etapas. Inicialmente, Cunha e Benneworth destacam que: a) há contingências e tensões durante o processo de inovação social e não há nenhum caminho dado com antecedência; e b) independentemente dessas contingências, é possível identificar alguns padrões que surgem a partir de ligações, alinhamentos e redes (ou seja, há uma co-evolução de inovação social e da sociedade ou organizações). Como resultado, reconhecem que embora as diferentes fases do

processo podem ocorrer sequencialmente, é mais provável que *loops* e *feedbacks* possam surgir ao longo do processo.

Figura 2 – Framework do processo de inovação social



Fonte: Adaptado de Cunha e Benneworth (2013, p. 16).

A primeira fase é a geração de ideias. Após um problema social ser identificado, existe a necessidade de encontrar uma solução que possa resolver este problema. Geralmente é possível que uma multidão de atores esteja envolvida nesta fase (por exemplo, alguém consciente do problema, alguém que tem a posse do problema e pode se beneficiar de sua solução ou perde se não resolvido).

A segunda fase do processo de inovação social é a criação de um espaço protegido. Após possíveis soluções serem identificadas, é necessário realizar um

plano para a sua implementação e a criação de uma coalizão imediata para essa solução, o que implica a criação de um espaço protegido para experimento e para colocar esse plano em ação. É preciso convencer as partes interessadas que a solução proposta pode ser eficaz, uma vez que não há garantia de que a solução será bem sucedida haja vista a complexidade dos problemas.

A terceira fase é a demonstração, que consiste na aplicação da nova solução para uma ou mais instâncias específicas do problema a ser resolvido, de modo a permitir avaliar se a ideia é viável e funciona efetivamente. É o momento de convencimento dos envolvidos e da mobilização dos recursos necessários para a real implantação.

A quarta etapa é a decisão de expandir. Depois da demonstração de sucesso, surgem duas questões: a) a solução é passível de escala? e b) como deve ser a escala? Estas são perguntas importantes, e uma resposta positiva da primeira questão é provável que consigam compromisso significativo de recursos e da mobilização para a sua realização.

A quinta etapa corresponde à codificação. Esta fase irá contribuir para o aumento de escala da solução, que consiste em identificar se a solução é passível de ser repetida em outros contextos. Na verdade, a escala de uma solução significa que mais indivíduos ou organizações estão envolvidos na aplicação desta solução em novos contextos, lugares ou circunstâncias.

A sexta fase e última do processo de inovação social corresponde à difusão da solução gerada, que é a partilha da nova solução. Neste contexto, uma nova solução só é difundida se for aprovada por uma parcela maior da sociedade e ajudar a resolver um grande problema social. No final do processo de inovação social obtemos o resultado, que é a solução do problema inicial identificado.

2.5.2 O projeto Rede Quebequense em Inovação Social (2007)

O projeto Rede Quebequense em Inovação Social (*Réseau Québécois en Innovation Sociale* – RQIS) foi elaborado pela Universidade de Quebec em cooperação com o CRISES, sendo custeado pelo Programa de Apoio ao Desenvolvimento e Transferência do Ministério do Desenvolvimento Econômico,

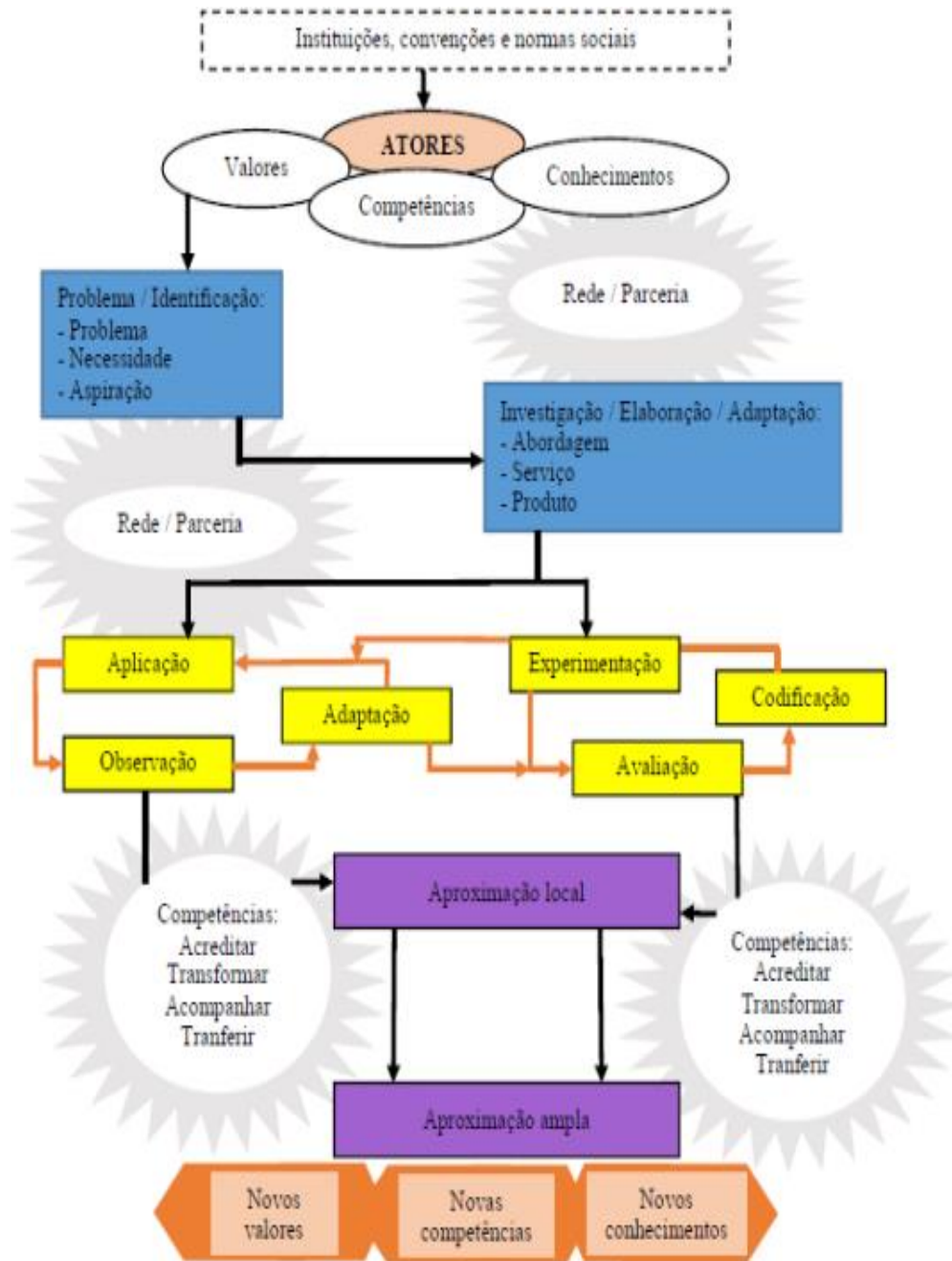
Inovação e Exportação (MDEIE) entre agosto de 2005 e dezembro de 2006, dirigido pelos professores Joanie Rollin e Valérie Vincent.

Um dos efeitos do projeto foi o Modelo do Processo de Inovação Social, representado na Figura 3. Rollin e Vicent (2007) exibem as escolhas que os atores aderem para solucionar um problema, preencher uma deficiência ou uma aspiração com o intuito de implantar uma estratégia inovadora. Os atores comumente se reúnem em volta de interesses comuns, são motivados por valores e desejos e repartem uma visão habitual da realidade socioeconômica na qual encontra-se. Os atores são o centro da inovação social.

Rollin e Vicent (2007) constataram quatro etapas no processo de uma inovação social: emergência, experimentação, apropriação e difusão/alianças. A etapa de emergência é o *start* (representada na Figura 3 por retângulos azuis) e é composta de duas etapas:

- 1) reunião de conhecimentos, competências e experiências dos atores que buscam identificar um problema, preencher uma necessidade ou um desejo que exista; 2) desenvolvimento de uma estratégia inovadora que possa ajudar a encontrar uma solução para tal problema, necessidade ou aspiração. Esta estratégia pode ser desenvolvida de três maneiras: criação (invenção), adaptação de uma política já existente ou da transferência de conhecimentos, por exemplo, de algum pesquisador. Pode assumir o formato de uma nova abordagem, de um novo serviço ou de um novo produto.

Figura 3 – Modelo do processo de inovação social



Fonte: Rollin e Vicent (2007, p. 72).

A partir da etapa de emergência, acontece a etapa da experimentação (representada na Figura 3 por retângulos amarelos conectados) que realiza-se de modo formal, informal ou ambas. A experimentação informal abrange a aplicação da estratégia desenvolvida, a observação informal dos resultados, a adaptação e o ajuste de acordo com os resultados. Já a experimentação formal pretende testar a implementação da estratégia elaborada avaliando formalmente os resultados gerados a fim de codificá-los e posteriormente modelá-los, o que geralmente é feito com o

auxílio de uma universidade ou de representantes do governo. Uma experimentação informal pode se tornar formal, normalmente quando há a inserção de universidades, governos ou organizações financiadoras (ROLLIN; VICENT, 2007).

Por fim, uma iniciativa social inovadora é reconhecida tanto em escala local ou ampla, quando ocorrer a apropriação (representada na Figura 3 por retângulos roxos). Ressalta-se que o processo não é necessariamente linear, ou seja, caso uma estratégia seja avaliada negativamente na fase experimental, há que se rever ou repensar a estratégia desenvolvida. Quando uma inovação é disseminada a outros contextos, sejam eles territórios ou organizações, acontece a sua apropriação ampla, que ocorre por meio de sua institucionalização. No final de um processo de inovação social, os atores ganharão novos valores, novos conhecimentos e novas habilidades que eles compartilharam. A partir de um processo de inovação social bem sucedido, outros processos podem surgir (Rollin & Vicent, 2007).

A fase da difusão/alianças (representada na Figura 3 por estrelas cinza com marca d'água) não é propriamente uma fase como as demais. Trata-se de uma passagem necessária em todo o processo de inovação social. A constituição da rede de atores e as alianças acontecem tanto nas fases de emergência e experimentação. Já a difusão é destacada pois favorece a institucionalização e pode se dar de duas formas: 1) formal: divulgação nos meios de comunicação, pesquisa de difusão (acadêmico ou outro), seminários e fóruns; 2) informal: reunião de atores em um ambiente informal.

3. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Este capítulo trata sobre o objeto de pesquisa do trabalho, explicando o que são os parques tecnológicos, a exemplo do SERGIPETEC, e descreve o perfil do Centro Vocacional Tecnológico e as ações que são implementadas no mesmo.

3.1 O SERGIPETEC

O Sergipe Parque Tecnológico (SERGIPETEC) é uma associação privada, sem fins lucrativos, reconhecida como Organização Social Estadual (OS), que tem por objetivo a promoção do desenvolvimento científico e tecnológico local e regional, através do fomento de atividades de pesquisa e de ensino, do apoio a empreendimentos de base técnica e industrial e da implementação de um parque tecnológico que contemple a gestão compartilhada de recursos humanos, materiais, físicos e técnicos, voltadas ao desenvolvimento social, institucional, econômico, da cidadania, da qualidade de vida e da promoção do pleno emprego.

Com a área de aproximadamente 120 mil m², o espaço da sede foi cedido pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) ao Governo do Estado e fica localizado ao lado da Universidade – *campus* São Cristóvão. Para a construção do Parque, foram investidos R\$ 40 milhões, provenientes do então Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI); da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep); e do Governo de Sergipe.

O Parque atua no fomento à criação de empresas de base tecnológica e à construção de redes de relacionamentos entre agentes do processo produtivo, da geração de conhecimento, do ensino, da pesquisa e da inovação. É uma organização que trabalha em conjunto com a Secretaria Estadual do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia - SEDETEC do Estado de Sergipe.

Pretende ser o principal ator local com a responsabilidade de criar e consolidar a imagem de Sergipe como produtor de conhecimento, tecnologia e inovação em áreas portadoras de futuro para o desenvolvimento econômico sustentável do Estado.

São desenvolvidos vários programas e projetos inovadores em cada uma das áreas de atuação do Parque (TIC, Biotecnologia, Energias Renováveis e Meio Ambiente. A sede do SergipeTec possui sete prédios com capacidade para receber até 60 empresas e instituições de pesquisa.

O projeto de urbanização do Parque Tecnológico de Sergipe tem como princípios espaciais a sustentabilidade ambiental e a aplicabilidade das técnicas atualmente utilizadas que, implantadas em consonância com as políticas públicas adequadas, pressupõem impactos relevantes em relação à contribuição para melhorar o meio ambiente, aculturação da sociedade, além, do retorno financeiro do investimento ao longo do tempo.

Estas ações estão voltadas para a busca de soluções de ordenação do espaço com uma abordagem ecologicamente correta e com o compromisso de definição de espaços públicos e abertos, preservando a flora e a fauna do lugar, demarcando os limites e setores do Parque, a partir da potencialização de recursos e situações geográficas e ambientais existentes, de modo a se compatibilizar com a paisagem. Outras premissas foram adotadas, como, a ordenação dos elementos principais que compõem o Parque, a definição de uma estrutura urbana e o parcelamento das áreas edificáveis.

A concepção do projeto prevê a flexibilidade de ocupação da área, possibilitando a sua transformação com o tempo, diversificando as possibilidades de crescimento e permitindo sua implantação em etapas. Os projetos das atuais e futuras edificações contam com uma arquitetura sustentável, utilizando-se de processos construtivos de tecnologia limpas e inovações tecnológicas.

O parque conta com um Centro Vocacional Tecnológico (CVT), que oferta cursos envolvendo áreas de ensino básico, técnico profissionalizante em diversos níveis e vários estágios de aprendizagem voltados para a capacitação tecnológica da população, principalmente, aquelas pessoas com atraso no ensino formal, em especial, da comunidade onde está inserido o parque, no conjunto Rosa Elze em São Cristóvão, Sergipe.

3.2 O CENTRO VOCACIONAL TECNOLÓGICO (CVT)

Em Sergipe, as propostas para implantação de Centros Vocacionais Tecnológicos (CVTs) iniciaram em 2004, com a intenção de operarem nos municípios de Nossa Senhora da Glória e Aracaju. A partir de 2007, surgiram algumas intenções para implantação em Santa Luzia do Itanhy e Canindé de São Francisco. No município de Nossa Senhora da Glória, já existe um espaço para capacitação de pessoas com foco na produção agrícola, com estrutura mantida pela Empresa de Desenvolvimento

Agropecuário de Sergipe – Emdagro. Nos outros locais, não existiu uma proposta concreta para ativação dos CVTs.

Em 2008, as ações para implantação de um Centro Vocacional Tecnológico (CVT) em Sergipe se concretizaram por meio do Convênio 700953/2008, celebrado entre o Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT) e a Secretaria de Estado da Infraestrutura – SEINFRA, sendo aportado R\$ 1.333.333,33 para construção e estruturação. Neste convênio foram apresentados como parceiros a SEINFRA e a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia – SEDETEC. Foi acordado que o Parque Tecnológico seria o executor de todo o projeto, além de abrigar em seu complexo o prédio.

Apesar de ser um avanço no que se refere a ações para capacitação tecnológica das populações menos favorecidas do estado, a operacionalização destes centros passou a ser discutida pelo governo estadual, com relação à utilização destes espaços. A manutenção do CVT foi atribuída a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico, da Ciência e Tecnologia – SEDETEC, cabendo à instituição gerenciadora a busca por parcerias para auxílio da execução das atividades.

O prédio principal do SERGIPETEC foi projetado para ser uma edificação construída na forma de módulos, a fim de atender as diversas demandas do Estado e se constituir em um importante instrumento para aceleração do desenvolvimento social e econômico. O Centro Vocacional Tecnológico está inserido no modelo estrutural do projeto arquitetônico do prédio sede, visualizando a sua integração entre as instituições de pesquisa e fomento, instituições empresariais, incubadoras de empresas e a própria administração do SERGIPETEC.

O Programa Petrobras Desenvolvimento & Cidadania, trabalhado em parceria com o SERGIPETEC, tem como finalidade contribuir para o desenvolvimento local, regional e nacional, gerando a inserção social, digna e produtiva, de pessoas e grupos que vivem em risco social no Brasil.

No processo de seleção do Programa da Petrobras, foram efetivadas 5.183 inscrições pela internet e 3.958 projetos foram efetivados. Este número, 2.939 projetos passaram para a etapa seguinte de triagem técnica. Nesta etapa, saíram 661 projetos para análise econômica e posterior julgamento dos impactos do público prioritário do projeto. Desta fase, foram para a final 173 projetos, onde 113 foram escolhidos para

apoio financeiro da Petrobras. Em Sergipe, dois projetos foram os escolhidos e, entre eles, o projeto do SERGIPETEC foi contemplado.

Outras parcerias foram realizadas a fim de proporcionar ações de transferência de conhecimento e realização de políticas públicas para a população. Participam do projeto a Universidade Federal de Sergipe – UFS, fornecendo docentes para ministrar os cursos oferecidos, a SEDETEC e o MCT, com aporte de recursos, e de espaço físico. Além destas instituições, o projeto prevê a aderência de outros parceiros, pois possui um grande potencial de atração devido à sua característica ligado a responsabilidade social.

O Centro Vocacional Tecnológico (CVT) conta com o apoio da prefeitura do município de São Cristóvão, onde o projeto está instalado, e tem associado aos objetivos do projeto a elaboração das várias políticas públicas, que focalizam no desenvolvimento social. O programa, trabalhado em parceria com o SERGIPETEC, tem como finalidade contribuir para o desenvolvimento local, regional e nacional, gerando a inserção social, digna e produtiva, de pessoas e grupos que vivem em risco social no Brasil. Em Sergipe, dois projetos foram escolhidos, entre eles, o projeto do CVT.

Neste capítulo foi abordado sobre o que são os parques tecnológicos, o SERGIPETEC e sobre as ações do CVT. Agora serão explanados os procedimentos metodológicos da pesquisa.

4. METODOLOGIA

Para Gil (2009), o processo da metodologia resulta em identificar as operações e técnicas com o propósito de atingir o conhecimento. Vergara (2009) afirma que é nesse instante que o leitor será informado sobre o tipo de pesquisa que será elaborada, sua conceituação e justificativa à luz da investigação específica.

A definição dos procedimentos metodológicos da investigação, conforme Godoi e Mattos (2006, p. 307), “precisa ser feita, em parte, durante o planejamento do estudo, em parte durante a própria execução do trabalho de campo”, porque se elabora um modelo do que será estudado, realiza-se a coleta de dados e a comparação com a literatura ou com modelos apresentados, assim sendo o método científico é um procedimento dinâmico de avaliação e revisão.

Nesta etapa são evidenciadas as metodologias utilizadas para alcançar o objetivo principal da pesquisa, ou seja, métodos preestabelecidos, que são aplicados para elaboração do estudo, sendo organizados da seguinte forma: caracterização da pesquisa, questões de pesquisa, estratégia de pesquisa, categorias e elementos de análise, fontes de evidências, análise dos dados, tratamento dos dados, limitações da pesquisa.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A classificação de uma pesquisa se faz por meio de algum critério. Com relação as pesquisas, é frequente a classificação com base em seus objetivos gerais. Desse modo, é capaz de classificar as pesquisas em três grandes grupos: explicativas, exploratórias e descritivas (GIL, 2002).

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva. É descritiva por relatar a situação em que acontecem as atividades e ações voltadas para a inovação social no âmbito do Parque Tecnológico de Sergipe, buscando descobrir a frequência com que um fenômeno ocorre, sua natureza, características, causas, relações e conexões com outros parceiros (COOPERS; SCHINDLER, 2003).

Vergara (2000, p. 47) argumenta que a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. "Não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação".

A pesquisa caracteriza-se, ainda, como qualitativa e é entendida, por alguns autores, como uma “expressão genérica”. Isso significa, por um lado, que ela compreende atividades ou investigação que podem ser denominadas específicas.

Para Gil (2017), o uso dessa abordagem propicia o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos.

No que se refere à pesquisa documental, entende-se que esse tipo de informação assume diferentes formas e tem por objetivo comprovar e reconhecer evidências coletadas em outras fontes (YIN, 2010). Assim, além das entrevistas, são analisados vídeos institucionais e matérias divulgadas, fotografias e informações disponíveis no site do SERGIPETEC.

4.2 QUESTÕES DE PESQUISA

Segundo Vergara (2007), as questões de pesquisa praticamente substituem os objetivos específicos e exercem a função de roteiro para a pesquisa. Dessa forma, foram elaboradas as seguintes questões:

- Quais os principais modelos de inovação social descritos na literatura?
- Quais as dimensões contidas nos modelos de inovação social selecionados?
- Quais as principais ações realizadas pelo CVT no contexto de inovação social?
- Quais as ações realizadas pelo CVT que se assemelham com as dimensões dos modelos de inovação social estudados?
- Quais as oportunidades e desafios enfrentados pelos gestores do CVT para manutenção e melhoria das ações implementadas?

4.3 ESTRATEGIA DE PESQUISA

A pesquisa adere como estratégia de investigação o estudo de caso, sendo o método de estudo de caso único. A cerca da coleta dos dados, de acordo com Yin (2010), para a estratégia de estudo de caso, é viável basear-se em muitas fontes de

evidência. Desta forma, são empregados como métodos específicos para coleta dos dados: a técnica de observação direta, pesquisa documental, aplicação de roteiro de entrevistas semiestruturado e questionário, tendo por fim uma análise do conteúdo dos dados como técnica de tratamento.

Para Hartley (2004, p. 323), o estudo de caso objetiva “fornecer uma análise do contexto e processos que iluminam as questões teóricas que estão sendo estudadas” e, desta forma, refere-se de uma ação heterogênea.

Estudo de caso é uma metodologia compreendida no paradigma fenomenológico das ciências sociais, em virtude de gerar dados qualitativos, tratando da realidade como uma projeção da mente humana (COLLIS; HUSSEY, 2005). Indo mais além, Cooper e Schindler (2011) certificam, confirmando que o estudo de caso embasa-se na procura por perspectivas múltiplas de um mesmo fenômeno ou objeto em determinado ponto no tempo ou, ainda, por um determinado período de tempo. Em razão desta característica, o estudo de caso representa a estratégia preferida pelos pesquisadores para responder questões do tipo como e por que, e quando há pouco controle dos eventos no contexto onde o fenômeno ocorre (YIN, 2015).

Quanto ao espectro de abrangência de um estudo de caso, este se caracteriza como único, quando a pesquisa limita-se a uma única unidade de análise do fenômeno; ou múltiplo, quando a abordagem considera mais de uma unidade (FACHIN, 2003, COLLIS; HUSSEY, 2005; CHIZZOTTI, 2006; YIN, 2015). É indicado o uso de estudo de caso único apenas em determinadas circunstâncias como, por exemplo, a corroboração de uma teoria, a oportunidade de investigar um fenômeno raro, para o qual não existe paralelo de comparação, ou quando o caso possibilitar o acesso a informações potencialmente restritas (GODOY, 2006; YIN, 2015).

Nesta pesquisa foi analisado o caso do Parque tecnológico de Sergipe, especificamente as ações sociais realizadas pelo Centro Vocacional Tecnológico (CVT).

4.4 CATEGORIAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE

A seguir, o quadro 6 apresenta as categorias e elementos de análise que serviram de base para construir o roteiro de entrevista e o questionário aplicados com os respondentes.

Quadro 6 – Categorias e Elementos de Análise da Pesquisa

Objetivos Específicos	Categorias	Elementos de análise	Roteiro e questionário
Analisar as principais ações realizadas pelo CVT no contexto de inovação social.	Perfil da empresa (CVT)	Tempo de funcionamento	Roteiro - quest. 1
		Serviços ofertados	Roteiro - quest. 2
		Acompanhamento de inscrição/capacitação	Roteiro - quest. 3 a 6
		Mapeamento das atividades realizadas	Roteiro - quest. 7 a 10
		Localização	Roteiro - quest. 11
		Público alvo	Roteiro - quest. 12 e 13
		Quantidade beneficiários	Roteiro - quest. 14
		Economia/Parcerias	Roteiro -quest. 15 e 16
		Avanço escolaridade e mercado de trabalho	Roteiro - quest. 17 e 18
	Perfil dos beneficiários	Conhecimento sobre o curso	Questionário perg.1
		Processo	Questionário perg. 2
		Abrangência	Questionário perg. 3
		Escolaridade	Questionário perg. 4
		Idade/Sexo	Questionário perg. 5
		Periodicidade	Questionário perg. 6
		Experiência	Questionário perg. 7 e 8
		Avaliação	Questionário perg. 9 a 11
Comparar as ações realizadas pelo CVT com as dimensões dos modelos estudado.	Dimensões dos modelos de I.S. (revisão literatura)		Comparação entre a literatura e o CVT
	Dimensões observadas no CVT		
Identificar oportunidades e desafios a serem enfrentados pelos gestores do CVT	Oportunidades e Desafios		Roteiro - quest. 19 e 20

Fonte: Elaboração própria (2018)

4.5 FONTES DE EVIDENCIAS

Na primeira etapa da pesquisa foram realizadas entrevistas com os Gestores do SERGIPETEC, e em uma segunda etapa foi aplicado um questionário junto a 18 beneficiários das ações sociais. De acordo com Gil (2017), a entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizadas nas pesquisas sociais. Esta técnica de coleta de dados é muito adequada para a obtenção de informações sobre o que as pessoas sabem, esperam e desejam, bem como suas razões para cada resposta.

Segundo Richardson (1999, p. 208), o termo entrevista está relacionado ao “ato de perceber realizado entre duas pessoas”. Trata-se de uma das técnicas de coleta de dados comumente encontradas em pesquisas (YIN, 2015), associada ao positivismo e fenomenologia (COLLIS; HUSSEY, 2005). Nessa perspectiva, Godoi e Mattos (2006, p. 302) consideram a entrevista como “evento de intercâmbio dialógico, que pode promover reformulação metodológica capaz de enriquecer a prática de pesquisa e construir novas situações de conhecimento”.

O objetivo da entrevista consistiu na “obtenção de informações do entrevistado sobre determinado assunto ou problema” (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 179). No que se refere a estudos de caso, Yin (2015) destaca que as entrevistas predominam como fonte de evidências, justamente devido aos assuntos humanos e eventos comportamentais abordados nesse tipo de pesquisa.

Para Cooper e Schindler (2011), as entrevistas distinguem-se quanto a sua estrutura, número de participantes e nível de proximidade entre entrevistador e entrevistado. Deste modo, quanto à estruturação, as entrevistas caracterizam-se como não estruturada, semiestruturada e estruturada (RICHARDSON, 1999; COLLINS; HUSSEY, 2005; FLICK, 2009; COOPER; SCHINDLER, 2011).

A entrevista estruturada ou padronizada (MARCONI; LAKATOS, 2009) consiste na realização de perguntas previamente estruturadas ou fechadas, assemelhando-se a *surveys* de pesquisas quantitativas (COLLIS; HUSSEY, 2005). Cooper e Schindler (2011) ressaltam que, nesse tipo de entrevista, o roteiro direciona, inclusive, a maneira padronizada como as perguntas devem ser realizadas. Deste modo, o pesquisador não possui liberdade para adaptar, alterar ou inserir questionamentos, configurando-se como a forma mais rápida de coleta de dados em entrevistas (MARCONI; LAKATOS, 2010).

O roteiro foi construído com base nos objetivos da pesquisa. A entrevista ocorreu com o gestor do CVT, responsável pelas atividades. O roteiro de entrevista consta de 20 perguntas, todas discursivas, que foram divididas conforme está detalhado no tópico 4.4. Um segundo instrumento, um questionário, que foi aplicado com os beneficiários das ações do CVT.

O questionário contém 11 perguntas, objetivas e discursivas, que buscaram saber desde a qualificação até o seu desenvolvimento pós atividades no CVT.

A quantidade de beneficiários (amostra) que preencheram o questionário foi escolhida de modo não probabilístico, ou seja, sem critérios estatísticos, e por acessibilidade. Este tipo de amostra é conceituado por Vergara (1998, p. 49) como “constituída pela seleção de elementos que o pesquisador considere representativos da população-alvo, o que requer profundo conhecimento dessa população”. Assim, aconteceu a aplicação do questionário apenas com os cidadãos que já receberam alguma ajuda por meio de programas ou editais específicos (a exemplo: jovens que já foram capacitados em algum curso ofertado pelo CVT).

4.6 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

São enumeradas seis fontes de evidências que norteiam a coleta de dados, são elas: a observação indireta, a observação participante, os artefatos físicos, a documentação, os registros em arquivos e as entrevistas. No trabalho presente foi utilizado o método de entrevista, e aplicação de questionários (YIN, 2010).

Para a coleta de dados, foi utilizado um roteiro para entrevista pessoal semiestruturada com o gestor do CVT e questionários aplicados com os beneficiários das ações do parque, com base nas categorias e nos elementos de análise conforme o quadro 6. A entrevista foi realizada no mês de julho de 2018 diretamente com o gestor através do e-mail, devido aos horários incompatíveis ou a falta deles, e os 18 questionários aplicados nos meses de Julho e agosto de 2018 com os beneficiários dentro de CVT.

A análise dos dados coletados foi dirigida a partir dos passos seguintes, apresentado por Creswell (2010), no que concerne à pesquisa qualitativa: organização e preparo dos dados para a análise; leitura de todos os dados; início da análise detalhada, descrição do local ou das pessoas, e das categorias de análise; interpretação ou extração de um significado dos dados trabalhados.

Foi realizada uma análise comparativa simples entre a literatura consultada e os achados da pesquisa. Também foi usado o Excel para apresentar os resultados em forma de gráficos.

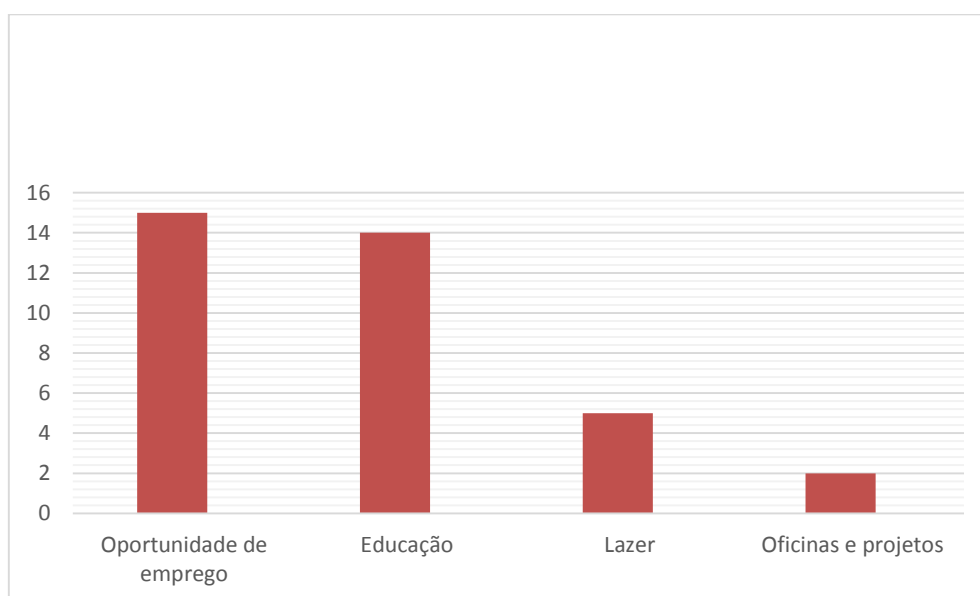
5 ANÁLISE DO CASO SELECIONADO

Escolhido como objeto de estudo o Centro Vocacional Tecnológico do SERGIPETEC, é reconhecido pelo seu trabalho voltado para ações sociais na comunidade próxima ao Bairro Rosa Elze no Município de São Cristóvão, estado de Sergipe.

Para acrescentar os dados obtidos com a entrevista foi criado um questionário e aplicado junto com 18 jovens beneficiários das ações sociais do CVT, especialmente usuários dos cursos profissionalizantes. O questionário foi respondido por 8 jovens do sexo masculino e 10 do sexo feminino acompanhados do professor e psicopedagoga.

Com relação às principais atividades atendidas pelo CVT, os pesquisados (que podiam marcar várias respostas) afirmam que são oportunidade de emprego (15), educação (14), lazer (5) e oficinas e projetos (2) como visto no gráfico 1:

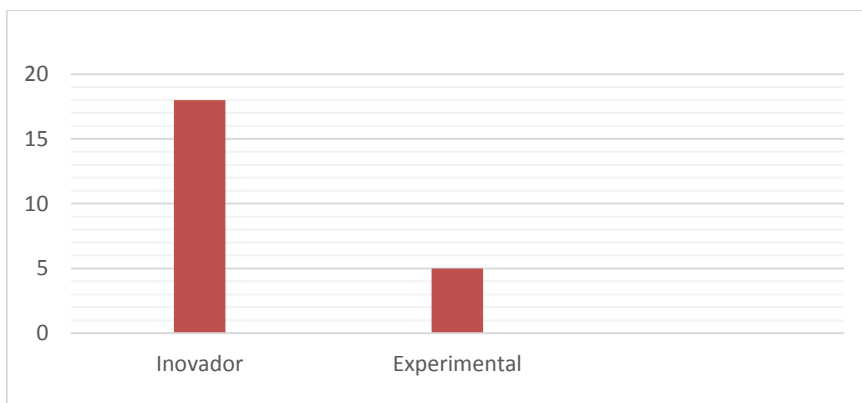
Gráfico 1 - Necessidades atendidas pelo Centro Vocacional Tecnológico



Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Considerando os objetivos do CVT, o caráter inovador do projeto é percebido desde sua criação, por meio de ações participativas de indivíduos e grupos, visando a aprendizagem coletiva, construindo capacidades necessárias para efetuar mudanças duradouras na região do Bairro Rosa Elze. Todos os beneficiários pesquisados, dezoito (18), acreditam que o centro vocacional tecnológico desempenha atividades de caráter inovador, para 5 as atividades são experimentais, nenhum pesquisado considera que o CVT realiza ações tradicionais, como visto no gráfico 2.

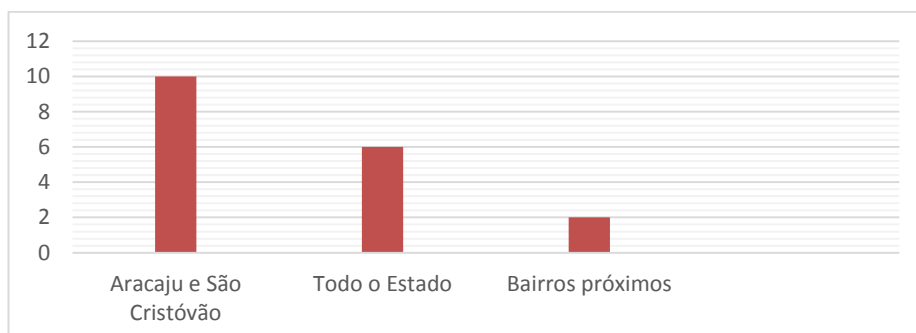
Gráfico 2 - Classificação das atividades do CVT



Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Os pesquisados afirmam que as atividades realizadas pelo CVT, de alguma forma afetam pessoas dos municípios de Aracaju e São Cristóvão, de todo o estado e próximas do SERGIPETEC, como mostra no gráfico 3, mas o gestor do CVT afirmou que neste momento apenas pessoas de São Cristóvão são beneficiadas das ações, porem já atenderam pessoas de 32 municípios sergipanos e dois do Estado da Bahia.

Gráfico 3 – Pessoas afetadas pelas atividades do CVT



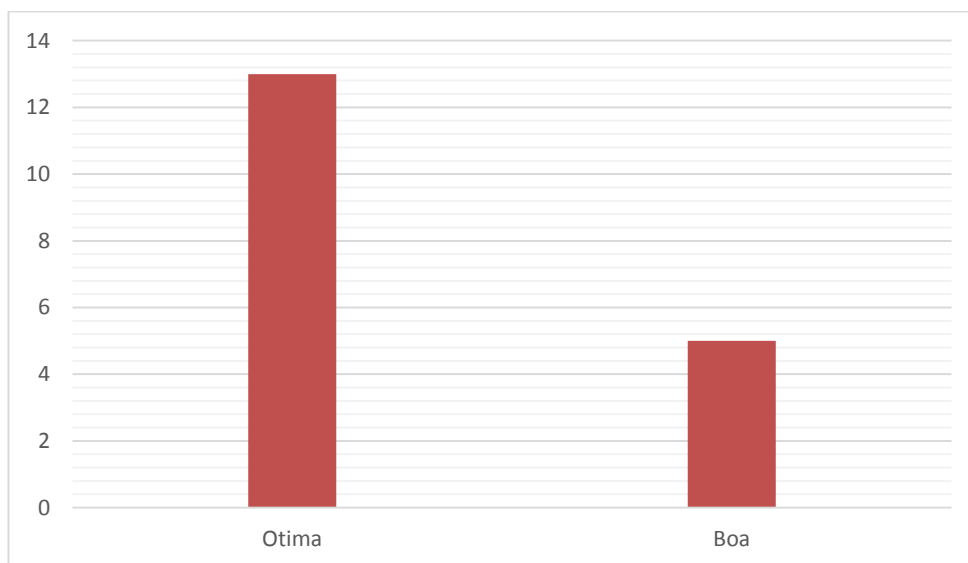
Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Os pesquisados quando questionados se o CVT cria impactos sobre aspectos políticos e sociais responderam que: Os impactos são sobre o desenvolvimento educacional e profissional, aprendizagem sobre tecnologia, conscientização para o futuro, potencialização dos indivíduos, principalmente voltado para o lado político e oportunidade a pessoas menos favorecidas financeiramente a participar de cursos.

Quando questionados se as atividades desenvolvidas pelo CVT atendem e ajudam a alcançar os objetivos propostos pelo SERGIPETEC todos responderam que sim, pois oferece oportunidade de novos conhecimentos que irão ajudar no futuro, principalmente no âmbito profissional.

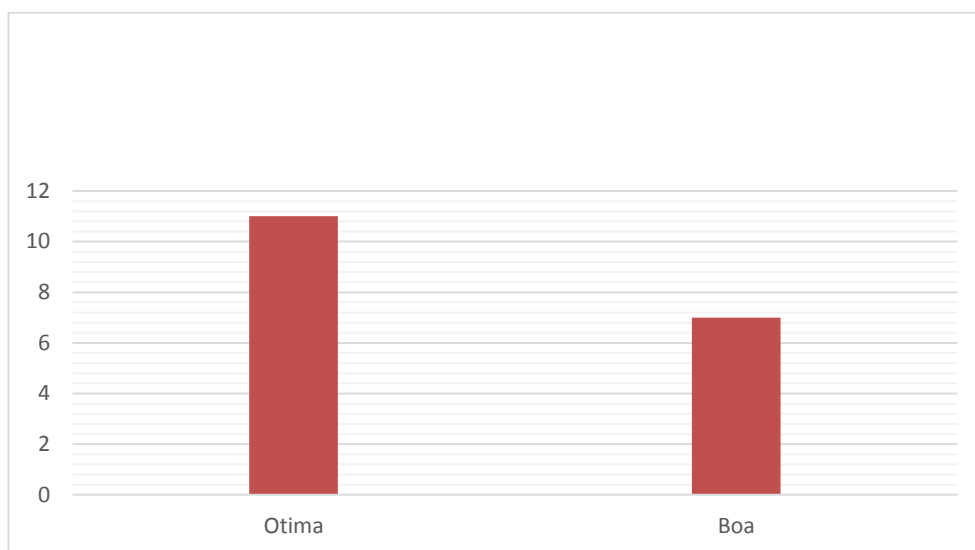
Sobre a avaliação das atividades desenvolvidas pelo CVT, os pesquisados afirmaram que acham ótima (13), boa (5) como visto no gráfico 4.

Gráfico 4 – Avaliação das Atividades do CVT



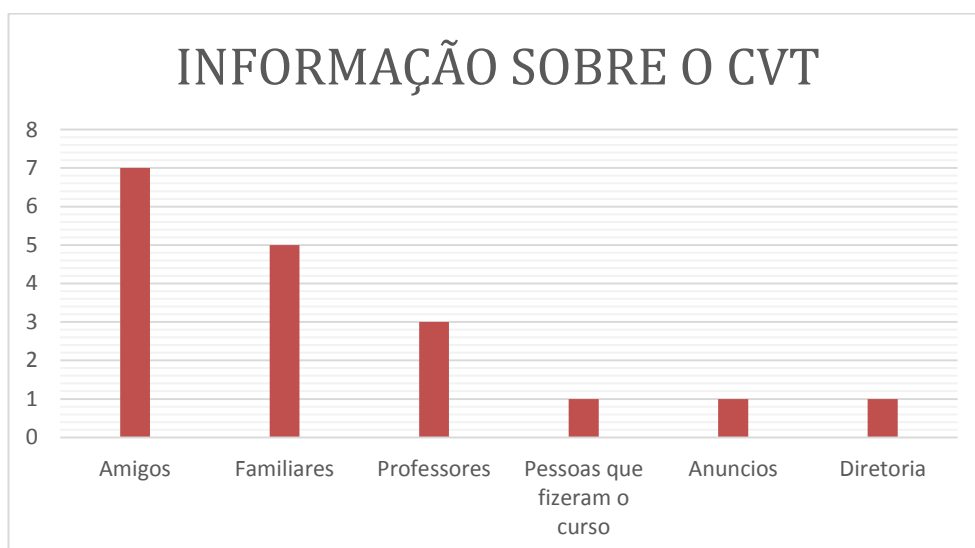
Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Sobre a experiência de ter participado das atividades eles classificaram como ótima (11) e boa (7), gráfico 5, o que indica que as ações do CVT estão de fato correspondendo com o esperado pela gestão, que é o aproveitamento de cada aluno em suas atividades desenvolvidas.

Gráfico 5 - Experiências dos Beneficiários

Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Por outro lado, os pesquisados declaram que obtiveram informações sobre as atividades do CVT por meio de amigos(7), familiares(5), professores(3), anúncios(1), pessoas que já fizeram o curso(1), pela própria diretoria das escolas em que estudam(1), como mostra no gráfico 6.

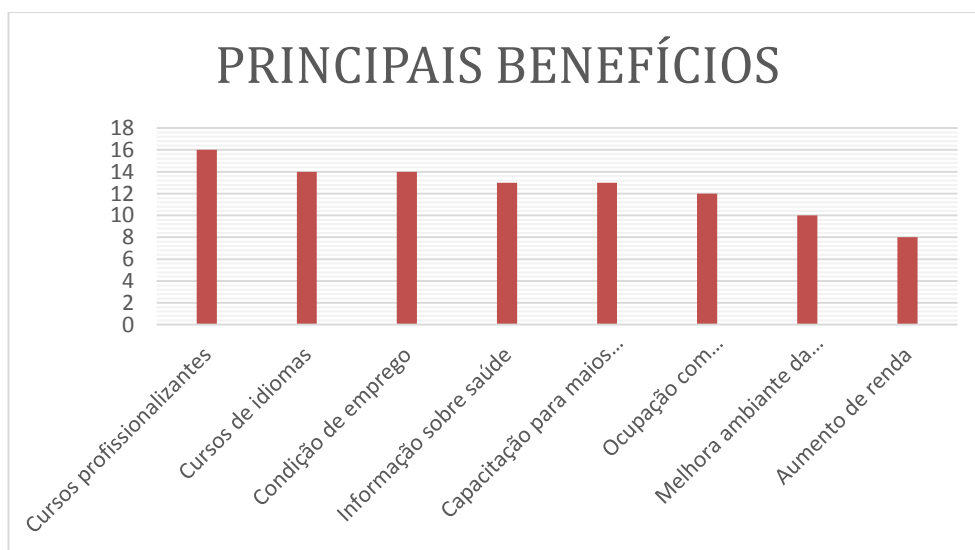
Gráfico 6 - Informação sobre o CVT

Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Questionados se era difícil fazer a inscrição e se alguém relacionado ao CVT já perguntou sobre as principais necessidades da comunidade todos responderam que não.

Quando analisados os principais benefícios, questão de múltipla escolha, (gráfico 7) obtidos com as atividades sociais realizadas pelo CVT, foram mencionadas: oferta de cursos profissionalizantes(16); oferta de cursos de idiomas(14); criação de condições de emprego(14); proporcionam informações sobre a saúde da população(13); capacitam a população oferecendo maiores chances para obter um emprego(13); ajuda as pessoas ocupando seu tempo com atividades produtivas(12); melhora o ambiente da comunidade(10), e ajuda de forma indireta a aumentar a renda da região(8), estes benefícios trazem mudanças positivas efetivadas com a operacionalização de ideias capazes de melhorar a qualidade de vida da população como observado por Cajiba-Santana (2014).

Gráfico 7 - Principais benefícios



Fonte: Pesquisa de Campo (2018)

Após análise dos questionários aplicados ao beneficiários das atividades desenvolvidas pelo CVT, são apresentadas a seguir as respostas da entrevista aplicada com o gestor do CVT.

5.1 RESULTADOS OBTIDOS COM ENTREVISTA AO GESTOR

Quanto ao resultado da entrevista, seguem as respostas do gestor.

Quando perguntado quanto tempo foi criado o CVT e qual foi seu objetivo inicial, explicou:

Formalmente, o CVT iniciou suas atividades em 2011. O objetivo, desde o início, foi a oferta de capacitação tecnológica para jovens de 18 a 29 anos voltados para as áreas fins do parque tecnológico: biotecnologia, energia e tecnologia da informação e comunicação. Porém, tivemos que agregar cursos de línguas, turismo e cooperativismo, por conta de demandas locais apontadas pelos jovens.

Sobre as atividades desenvolvidas pelo CVT no Estado de Sergipe, o gestor falou que:

Efetivamente, oferta de cursos de capacitação. Também, estamos com parcerias para oferta de cursos conjuntamente, além da disponibilização de espaços para que outras instituições que necessitam capacitar seus funcionários. Posso citar o exemplo do instituto Irradiar que utiliza nossa estrutura para oferta de cursos de robótica para crianças da comunidade de São Cristóvão.

Como acontece o processo de inscrição nos cursos do CVT, citou:

Divulgamos nas escolas próximas e os alunos visitam nossa sede e preenchem uma ficha de cadastro. Alguns perguntam: por que não fazem inscrições online? Tentamos isso e não deu certo. Os cursos ficaram restritos a um público com características diferentes das que nós atendemos. É importante destacar que grande parte dos jovens de comunidades carentes não tem acesso facilitado a um computador com internet.

Explicou que os cursos e outras atividades são completamente gratuitas e que para acompanhar os egressos nos cursos “geralmente, nossos egressos sempre estão em contato conosco. Sabemos dos que acessaram o ensino superior, dos que estão trabalhando. Ainda procuram os que querem fazer mais de um curso” e que atualmente mais de 6 (seis) mil alunos foram capacitados.

Para mapear as necessidades da comunidade, para assim elaborar propostas de melhoria, explicou:

Mapeamos por meio de pesquisas em escolas da comunidade. Nossa primeira proposta de cursos foi elaborada após uma indicação dos estudantes das escolas locais. Depois, realizamos continuamente para mapear essas demandas. Entretanto, alguns dos cursos foram sugestões de professores e colaboradores do próprio SergipeTec.

Dentre as atividades encontram-se a capacitação e os tipos de cursos são oferecidos são de Informática, Auxiliar administrativo, eletrônica básica, robótica básica, atendimento ao cliente, entre outros. E sobre como é a definição dos temas explicou que, “mobilizamos pessoas com o perfil desejado para lecionar. Após esta etapa, realizamos uma capacitação com os docentes para atender exclusivamente o

público da região. Temos duas psicopedagogas que realizam este processo. Após a capacitação, acompanhamos os professores voluntários em sala para avaliar a didática utilizada”.

Sobre relatórios das suas atividades e prestação de conta foi dito que o relatório de atividades é anual e prestam contas ao Tribunal de Contas do Estado.

Sobre onde acontece os cursos, seu público alvo e quantos alunos existem atualmente o gestor comentou que “neste momento, em São Cristóvão. Mas já atendemos 32 municípios sergipanos e dois da Bahia. Infelizmente, a Petrobras encerrou o aporte financeiro que possuíamos. Hoje, jovens a partir de 15 anos sem limitação de idade são o público alvo. E no ano de 2018, atingimos 700 alunos. Estamos abrindo turmas para mais 60 jovens.”.

Há reuniões com os beneficiários dessas ações sociais pois “geralmente, fazemos reuniões com representantes de comunidades. Não há uma periodicidade. Nossa equipe é pequena e está exclusiva ao controle de oferta de cursos”.

O CVT se sustenta economicamente com o recebimento de verbas do contrato de gestão entre SergipeTec e SEDETEC. A verba paga três pessoas, o gestor e mais duas pedagogas. Os professores são voluntários. O restante da verba paga materiais, energia, água, internet e telefone.

As instituições com as quais o CVT vem fechando parcerias são a Secretaria de Estado do Esporte, Lazer e Juventude – SEEL, Secretaria de Estado da Inclusão Social – SEIDH, Universidade Tiradentes, Faculdade São Luís de França, Instituto Irradiar, Instituto Crescer Sergisucos, COOPAIBA, e Prefeitura de São Cristóvão.

Quando perguntado se os cursos permitem o aumento no avanço da escolaridade e a inserção no mercado de trabalho na comunidade de São Cristóvão e região, o entrevistado respondeu:

Na comunidade de São Cristóvão, onde atendemos sim. Muitos jovens têm acessado o ensino superior e aproveitando nossas aulas para corrigir problemas de escrita, fala e compreensão. Não temos um levantamento específico atualmente que aponte este dado. Tínhamos quando a equipe permitia tal ação. Temos uma meta de ao menos 20% acesse o mercado de trabalho por meio de centrais de estágio e emprego.

Finalizada a entrevista com o gestor e aplicação dos questionários juntos aos beneficiários, foi realizada uma análise com as informações obtidas. Esta análise identificou as ações sociais realizadas pelo CVT e as comparou com as dimensões propostas pelos modelos selecionados no capítulo 2.

5.2 ANÁLISE DAS DIMENSÕES DA INOVAÇÃO SOCIAL NO CVT

O Centro Vocacional Tecnológico (CVT) conta com a parceria da Prefeitura do Município de São Cristóvão. A comunidade vizinha do parque tem necessidade de ações que ajudem a colocar os jovens no mercado de trabalho, principalmente precisam de capacitação em tecnologia da informação e eletroeletrônica. Também é conhecida a falta de infraestrutura das escolas municipais, pois estas não tem disponibilidade de laboratórios de biologia, química e física. O projeto do CVT oferece cursos que complementam o conteúdo das aulas formais de biologia, química e física. Por essa razão é realizada uma **análise da comunidade**, para identificar os problemas sociais, por meio de pesquisas com os indivíduos que aí moram, mostrando relação direta com a **dimensão caráter inovador**.

Para oferecer os cursos são consultados líderes da comunidade e representantes do governo municipal para opinarem sobre os cursos e metodologias em sala de aula. Atualmente o CVT não atende jovens com menos de 15 anos, porque carece de uma estrutura física própria para jovens abaixo dos 15 anos.

O CVT foca na aplicação de recursos direcionados para a mudança de paradigma do jovem, com a intenção de formá-lo para buscar a condição de se manter independentemente e não precisar sempre de programas do governo, como afirma Mulgan(2007); Pol e Ville(2009) e Ezponda e Malitos (2011) no sentido de entender o que qualifica uma inovação social é seu objetivo, sendo este a resolução de problemas coletivos. Desta forma, a coordenação do CVT realiza um mapeamento e **agrupamento de problemas comuns, além de proposta de soluções**.

A implantação do Centro Vocacional Tecnológico (CVT) atende demandas da comunidade local e é um importante instrumento para aceleração do desenvolvimento social e econômico. Assim, visa combinar a participação popular, parcerias com empresas, instituições de ensino e pesquisa e organizações sociais com a preocupação de privilegiar os conhecimentos locais e suas potencialidades regionais para diminuir a desigualdade social, relacionado com a **dimensão objetivo da inovação**. Este cenário está relacionado à conceituação de Bignetti (2011), que enfatiza que a inovação social se dá com a participação de uma diversidade de intervenientes, entre eles empreendedores sociais, agentes governamentais, empresários e empresas, organizações não governamentais, representantes da sociedade civil, comunidades e beneficiários.

Para a realização de ações sociais o CVT **identifica atores e busca por parceiros no processo de inovação social**, de acordo com o entrevistado, são identificados, e selecionados os atores que participaram dos projetos sociais, definindo junto com eles, as tarefas e responsabilidades, assim como a governança, que atualmente está nas mãos do CVT, mostrando sua relação com a **dimensão processo de desenvolvimento da inovação**.

Com relação às instituições parceiras, o entrevistado acredita que a maior parte dessas parcerias acontece com as prefeituras, com o SENAI e com outras instituições como as universidades. Nestas parcerias participaram a Universidade Federal de Sergipe, fornecendo docentes para ministrar os cursos, a SEDETEC e o MCT, com aporte de recursos, e de espaço físico, corroborando com a **dimensão relação entre atores e estruturas**. O CVT encontra-se tramitando uma parceria financeira social com a Prefeitura de São Cristóvão. Além destas instituições, o CVT prevê a aderência de outros parceiros, como o IEL, SEBRAE, secretarias do Estado.

Conforme o entrevistado, uma vez definidos os atores e parceiros, é **organizado o processo de inovação social**, entendido como a procura por recursos sejam econômicos, tecnológicos, materiais e humanos, para posteriormente definir as ações sociais e executá-las, finalizando com o monitorar dessas atividades. Para monitorar as ações realizadas, o CVT precisa apresentar um relatório para a SEDETEC, sendo este relatório trimestral, e da mesma forma deve apresentar um relatório anual de prestação de contas para o tribunal de contas, informando como foi utilizado o recurso público, tanto social como financeiramente. E finalmente, analisa os resultados obtidos para posterior **difusão das soluções** e caso seja factível replicar as soluções em outros contextos, mostrando sua ligação com a **dimensão restrições ao desenvolvimento da inovação social e replicação da solução**. O quadro 7 apresenta as ações sociais realizadas pelo CVT:

QUADRO 7- Ações sociais realizadas pelo CVT

AÇÕES SOCIAIS REALIZADAS PELO CVT	DESCRIÇÃO
1) Geração de ideias a partir de problemas sociais identificados	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisas com líderes da comunidade e indivíduos integrantes da comunidade
2) Realização de um plano de inovação social por meio de ações	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de Cursos para melhorar condições sociais de indivíduos da comunidade.

3) Definir Etapas do Processo e Dinâmicas de Inovação	<ul style="list-style-type: none"> Definição da Governança e coordenação Definição de Parcerias e Atores Distribuição de Tarefas e Responsabilidades
4) Definição das relações entre os Atores e Regras de Parcerias	<ul style="list-style-type: none"> Regras para realizar parcerias
5) Análise e aplicação da Solução na comunidade	<ul style="list-style-type: none"> Estudo da forma de aplicação da solução
6) Avaliação do Impacto da solução na comunidade e reaplicação da solução gerada	<ul style="list-style-type: none"> Decidir como avaliar o impacto Escolha de outra comunidade para replicar a solução

Fonte: Dados da Pesquisa

A seguir é realizada a comparação entre as ações sociais realizadas pelo CVT e as dimensões dos modelos de inovação social selecionados.

5.3 COMPARAÇÃO ENTRE OS MODELOS ANALISADOS E O CASO SELECIONADO

No capítulo 2, foram apresentados modelos sobre inovação social e suas dimensões, considerando o modelo de Cloutier; Tardif e Harrison; André e Abreu; TEPSIE; modelo CRISES; modelo RESINDEX; de Cunha e Benneworth e de Silva e Bittencourt. Esta revisão da literatura permitiu a elaboração do quadro 7, no qual aparecem as atividades sociais realizadas pelo CVT, destacando a dimensão ligada à atividade e o modelo referenciado, informando se a dimensão foi verificada total ou parcialmente com as características descritas no modelo original.

Quadro 8 - Atividades realizadas pelo CVT: Identificação da dimensão e do Modelo de inovação social

ATIVIDADES REALIZADAS PELO CVT	DIMENSÃO	MODELO
1. Geração de ideias a partir de problemas sociais identificados <ul style="list-style-type: none"> Pesquisas com líderes da comunidade E indivíduos integrantes da comunidade 	Novidade e Caráter Inovador	Crises (verificado) Cunha e Benneworth (parcialmente) RESINDEX (parcialmente) Silva e Bittencourt (parcialmente) Cloutier (verificado) Tardif e Harrison (verificado) André e Abreu (verificado) TEPSIE (parcialmente)

2. Realização de um plano de inovação social por meio de ações <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de Cursos para melhorar condições sociais de indivíduos da comunidade 	Objetivos da Inovação	Crises (verificado) Cunha e Benneworth (verificado) Tardic e Harrison (verificado) André e Abreu (verificado)
3. Etapas do Processo e Dinâmicas de Inovação <ul style="list-style-type: none"> • Definição da Governança e coordenação • Parcerias e Atores • Tarefas e Responsabilidades 	Processo de Desenvolvimento da Inovação	Crises (parcialmente) Silva e Bittencourt (parcialmente) Cloutier (verificado) Tardic e Harrison (parcialmente) André e Abreu (verificado)
4. Definição das relações entre os Atores e Regras de Parcerias	Relações entre atores, Governança e Parcerias	Crises (parcialmente) RESINDEX (parcialmente) Silva e Bittencourt (parcialmente) Cloutier (verificado) Tardic e Harrison (verificado) André e Abreu (verificado)
5. Análise e aplicação da Solução na comunidade	Restrição ao desenvolvimento da Inovação	Crises (verificado) Cunha e Benneworth (verificado) RESINDEX (parcialmente) Silva e Bittencourt (parcialmente) Tardic e Harrison (parcialmente) André e Abreu (parcialmente)
6. Avaliação do Impacto da solução na comunidade e reaplicação da solução gerada	Replicação da Solução	Crises (verificado) Cunha e Benneworth (verificado) RESINDEX (parcialmente) Silva e Bittencourt (parcialmente) Tardic e Harrison (parcialmente) TEPSIE (parcialmente)

Fonte: Elaboração própria.

Com a análise das informações obtidas na pesquisa de campo e as dimensões descritas na literatura foram confrontados os vários modelos e os resultados achados no caso do CVT, verificando-se algumas das atividades realizadas pelo CVT são citadas na descrição dos modelos de forma parcial ou total.

As comparações permitiram identificar ações ligadas a todas as dimensões citadas no modelo de Tardif e Harrison. Entretanto, e conforme reiterado por Patias et al;(2015) a inovação social ainda é um campo que oferece oportunidades para novas análises acadêmicas em razão do espaço para contribuições tanto teóricas quanto práticas.

5.4 OPORTUNIDADES E DESAFIOS

Conforme a última questão de pesquisa no tópico 4.2, para identificar as oportunidades e desafios enfrentados pelo CVT foi realizada entrevista junto ao gestor, quem fez comentários sobre as oportunidades:

O CVT deve oferecer um modelo inovador de desenvolvimento escolar e social para escolas públicas, além de se tornar um centro de capacitações independente. Creio que vários projetos de robótica podem surgir, como vem surgindo e, futuramente, serem produtos criados e ofertados no mercado sergipano. Podemos ser uma referência nestes aspectos. Entretanto, precisamos de mais incentivos. Estamos lutando para isso, apesar das dificuldades.

Sobre os desafios, o gestor apontou:

No CVT faltam recursos, principalmente para contratar professores. Capacitamos mais de 1 mil alunos por anos sem nenhum professor contratado no quadro. Imagina? Todos voluntários oferecendo cursos de qualidade. Evasão de menos de 8%. Com um professor contratado, podemos planejar capacitações de médio e longo prazo. Imagina com cinco? Dez? Hoje essa é nossa principal limitação. É um desafio grande gerir um centro de capacitação para o mercado de trabalho sendo que a economia está em retração, desemprego alto e sem recursos. Imagina como é ver um jovem que vê na gente uma possibilidade? É um desafio diário tocar essa ideia.

A falta de recursos não está somente na contratação dos professores, ela vem a muitos anos sendo enfrentada. Desde o ano de 2008, o projeto do CVT começou a enfrentar seus primeiros entraves. Inicialmente, estimou-se que o prédio estaria construído no início de 2009, mas devido à demora na liberação dos recursos e problemas na contratação o cronograma de execução da obra teve que ser alterado.

O novo plano de trabalho apresentado ao MCT apresentou previsão para conclusão na primeira quinzena de abril de 2012. Com a alteração do prazo da obra, os recursos destinados à estrutura física sofreram alterações, impactando nos valores que seriam destinados à compra de equipamentos. Segundo o coordenador do CVT o projeto inicial teve dois intervalos, um estrutural a partir de 2008 e um relacionado à capacitação a partir de 2011.

Para que o Centro Vocacional Tecnológico não fosse mais uma tentativa frustrada de projeto para população, a solução encontrada pelos diretivos foi buscar novas fontes de recursos, com a finalidade de custear a operacionalização desse espaço. Já no final de maio de 2010, foi submetido à seleção pública do Programa Petrobras Desenvolvimento e Cidadania, um projeto para implantação do CVT.

A seguir o quadro 9 apresenta um resumo dos principais desafios e oportunidades encontrados na pesquisa de campo.

Quadro 9- Desafios e Oportunidades para o CVT

DESAFIOS	OPORTUNIDADES
Obter recursos financeiros para manter e ampliar as ações sociais	Estruturar um Modelo Inovador para o desenvolvimento de Escolas Públicas
Manter a Governança do CVT perante o governo	Tornar o CVT um centro de capacitação reconhecido e independente
Conseguir novos atores e parceiros	Interação com novos professores que venham a participar das ações sociais
Replicar as soluções para outras comunidades	Melhorar os índices de desemprego e renda da região
Manter os beneficiários atuais e futuros motivados frente a um cenários de crise	Incentivar os Jovens para melhorar seu perfil pessoal e profissional

Fonte: Dados da Pesquisa

6 CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se, conforme o objetivo geral desta pesquisa, estudar as atividades sociais realizadas pelo Centro Vocacional Tecnológico (CVT) –SERGIPETEC, em comparação com as dimensões propostas nos principais modelos para inovação social encontrados na literatura, que o CVT utiliza das dimensões encontradas na literatura, entre elas a de novidade e caráter inovador, encontrado no modelo da Crises; Tardic e Harrison(2005), pois não existem outras instituições no estado que ofereçam os cursos de capacitação ofertados pelo CVT; a dimensão de objetivos da inovação de Tardic e Harrison(2005), porque o parque busca oferecer cursos inovadores na localidade, como o de robótica, o qual pode vim a gerar produtos novos no mercado. O processo de desenvolvimento da inovação de Cloutier(2003), entre outros explanados no quadro 7.

E seguindo os objetivos específicos, foram estudados e identificados os principais modelos de inovação social descritos na literatura e especificadas as dimensões contidas em cada modelo de inovação social selecionado.

Após identificar e descrever as dimensões dos modelos foram analisadas as principais ações sociais realizadas pelo CVT no contexto de inovação social, elencando-se seis ações: Geração de ideias a partir de problemas sociais identificados (muitos ligados a capacitação e procura por emprego); realização de planos de inovação social por meio de ações específicas, definição de Etapas do processo e dinâmicas de Inovação; definição das relações entre os Atores e Regras de parcerias; análise e aplicação da solução encontrada para um problema dentro da comunidade; e avaliação do impacto da solução na comunidade e reaplicação da solução gerada em outra comunidade.

Comparado as ações realizadas pelo CVT com as dimensões dos modelos estudados, foi possível verificar que as dimensões do modelo de Tardic e Harrison (2005) foram realizadas parcial ou totalmente pelo CVT.

Foi possível identificar oportunidades e desafios para o CVT. Como oportunidades foram encontradas: estruturar um modelo inovador de desenvolvimento escolar para escolas públicas, além de muitos projetos e produtos que podem surgir com o empenho e envolvimento dos alunos, tornar o CVT um centro de capacitação independente. Já como desafios estão a falta de incentivo, especialmente o financeiro, que leva a falta de possibilidade de contratações, a serem enfrentados

pelos gestores do CVT (SERGIPETEC) na direção de melhorar os índices de desenvolvimento da região. Assim também se apresenta como um desafio conseguir novos parceiros e replicar as soluções encontradas em outras comunidades.

O problema de pesquisa questionava se as ações voltadas para Inovação social realizadas pelo Centro Vocacional Tecnológico (CVT) estão alcançando seus objetivos, neste interim pode-se afirmar que efetivamente o CVT está alcançando os objetivos propostos quando decidiu-se por abrir este centro dentro do Parque Tecnológico de Sergipe, pois nele acontece a oferta de cursos de capacitação, que buscam melhorar o perfil de jovens em áreas prioritárias e de alta demanda, principalmente aquelas apontadas pelos beneficiários. O CVT criou cursos de linguagens, entre outros e assim como cursos em parcerias com instituições que necessitam capacitar seus colaboradores e aproxima a comunidade, mostrando que o estado se importa com as necessidades sócias da sua comunidade.

6.1 SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Tendo em vista os resultados obtidos nesta trabalho, são feitas as seguintes sugestões para futuras pesquisas:

- Realizar pesquisa de comparação entre as ações sociais dos CVT do nordeste com o CVT do estado de Sergipe.
- Realizar estudos para analisar as ações do CVT e quais melhorias poderiam ser feitas mediante as reclamações e sugestões dos beneficiários.
- Realizar um estudo para saber como ampliar as ações sociais do Sergipetec ou de outros parques tecnológicos.
- Realizar estudos para poder identificar oportunidades sociais para a comunidade circunvizinha dos parques como o Sergipetec, além de avaliar possíveis soluções para os desafios enfrentados por essas comunidades.

6.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa apresenta algumas limitações, dentre as quais vale ressaltar a quantidade baixa de beneficiários que responderam ao questionário, pois quando

aplicado já havia encerrado as turmas existentes e apenas uma estava iniciando, o que trouxe uma baixa resposta aos questionários.

Outra limitação é referente ao referencial teórico sobre inovação social, pois é um tema que apresenta vários autores com diferentes conceitos, ou seja, a falta de consenso dificultou um pouco a discussão da literatura.

Assim como também não se pode fazer generalizações, visto que, a pesquisa é sobre um caso específico do Centro Vocacional Tecnológico do Parque Tecnológico do estado de Sergipe – SERGIPETEC.

6.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de pesquisa teve como objetivo geral analisar as atividades sociais realizadas pelo Centro Vocacional Tecnológico (CVT) –SERGIPETEC, em comparação com as dimensões propostas nos principais modelos para Inovação social encontrados na literatura. Para tanto foi necessário contextualizar os estudos acerca da inovação social, buscando para tal, o seu embasamento no referencial teórico.

Quando iniciado os estudos sobre inovação e inovação social foi visto o quanto é interessante essa área e o quanto ainda pode ser explorada. Quando o SERGIPETEC foi o selecionado para a pesquisa, buscou-se algo mais próximo da realidade da comunidade circunvizinha da UFS. Percebeu-se o quanto o gestor é empenhado em desenvolver o melhor trabalho para a comunidade, o amor, carinho e respeito que ele tem por todos os projetos e beneficiários das ações do CVT.

Testemunhar o seu depoimento e analisar o questionários dos beneficiários mostrou o quanto o CVT é importante para a vida dessas pessoas, tanto no lado profissional quanto pelo pessoal.

REFERÊNCIAS

- ADALIKWU, C. Impact of international and home-based research and development (R&D) on innovation performance. *International journal of human Sciences*, v. 8, n. 2, p. 474–498, 2011.
- BABUTSIDZE, Z. (2016). Innovation, competition and firm size distribution on fragmented markets. *Journal of Evolutionary Economics*, 26(1), 143-169
- BEPA - Bureau of European Policy Advisers. (2011): Empowering people, driving change. *Social Innovation in the European Union*. European Communities. Luxembourg.
- BIGNETTI, Luiz Paulo. (2011); As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, V. 47, n.1.
- BLEDOW, R.; FRESE, M.; ANDERSON, N.; EREZ, M.; FARR, J. A dialectic perspective on innovation: Conflicting demands, multiple pathways, and ambidexterity. *Industrial and Organizational Psychology*, v. 2, p. 305-337, 2009
- BRACKERTZ, N. (2011); Social innovation, Australian Policy Online, topic guide, 5 December. available online at: <http://apo.org.au/node/27387> (accessed 27th March 2013)
- BUCKLAND, H.; MURILLO, D. (2013). *Antena de innovación social: vías hacia el cambio sistémico: ejemplos y variables para la innovación social*. Barcelona: ESADE. Instituto de Innovación Social.
- CAJAIBA-SANTANA, G. (2013); Social innovation
- CAMISÓN, C.; MONFORT-MIR, V. M. Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspective. *Tourism Management*, v. 33, p. 776 – 789, 2012.
- CARVALHO, M. M. **Inovação**: Estratégias e Comunidades de Conhecimento. São Paulo: Atlas. 2009. 176.
- CENTRE FOR SOCIAL INNOVATION. About. Disponível em: <http://socialinnovation.ca/about> . Acesso em 02/04/2014.

- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- CLOUTIER, J. Qu'est-ce qu'innovation sociale? In: CRISES. Centre de Recherches sur les Innovations Sociales. **Cahier du CRISES**. Québec, 2003.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COOPER, D.R.; SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração, 7^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2003, 640p.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CROPLEY, D. H.; KAUFMAN, J. C.; CROPLEY, A. J. Measuring Creativity for Innovation Management. *Journal of Technology Management & Innovation*, v. 6, n. 3, 2011.
- CUNHA, Jorge; BENNEWORTH, Paul. (2013); Universities' contributions to social innovation: towards a theoretical framework.
- D'ALVANO, L.; HIDALGO, A. Innovation management techniques and development degree of innovation process in service organizations. *R and D Management*, v. 42, n. 1, 2012.
- DAMANPOUR, F.; WALKER, R. M.; AVELLANEDA, C. N. (2009). Combinative effects of innovation types and organizational performance: A longitudinal study of service organizations. *Journal of Management Studies*, v. 46 (4), 650-675.
- CROSSAN, M. M.; APAYDIN, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. **Journal of management studies**, 47(6), 1154-1191.
- DOWBOR, L.; PEDREIRA S.J.; TAKAGI, M.; BOUDAROWSKY, S.; MIZIARA, R.; KUPPA, S. (2004); Seminário sobre tecnologias sociais promovido pela Fundação Banco do Brasil, em 2004, in *Tecnologia Social: Uma estratégia para o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil.

- Du PREEZ, N.; LOUW, L.; ESSMANN, H. (2006); An Innovation Process Model for Improving Innovation Capability. *Journal of High Technology Management Research*, p. 1-24.
- DOSI, G. et al. (1988.). **Technical change and economic theory**. London: Printer Publishers. 1- 12.
- DRUCKER, P. (1986). **Innovation and Entrepreneurship**. New York: Harper Perennial.
- DRUCKER, P.F. **The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management**, 2001
- FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.
- FARFUS, Daniele et al. (2007); (Org.). *Inovações Sociais*. Curitiba: Sesi/senai/iel/unindus, 2007.
- FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FREEMAN, C. (2004). Technological infrastructure and international competitiveness. **Industrial and Corporate Change**, 13(3), 541-569.
- GARCIA, R.; CALANTONE, R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management*, 19(2): 110-132
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 4 ed. São Paulo: Atlas. 2002
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**, 6 ed. São Paulo: Atlas. 2017
- GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: SILVA, A. B.; GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- GURCA, A.; RAVISHANKAR, M. N. (2016). A bricolage perspective on technological innovation in emerging markets. *Ieee Transactions On Engineering Management*, 63(1): 53-66.
- HAMEL, G. (2000). **Leading the Revolution**. Boston: Harvard Business School Press.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. (1994). **Competing for the Future**. Boston: Harvard BusinessSchool Press.

HARTLEY, J. Case study research. In. Catherine Cassel e Gilian Symon (Eds.), **Essential guide to qualitative methods in organizational research**. London: Sage, 2004.

HUARNG, K. H.; RIBEIRO-SORIANO, D.E. Developmental management: Theories, methods, and applications in entrepreneurship, innovation, and sense making. *Journal of Business Research*, v. 67, n. 5, p. 657–662, 2014.

HUMBLE, J.; JONES, G. Creating a Climate for Innovation. **Long Range Planning**, v. 22, n. 4, p. 46-51, 1989

IASP – **International Association of Science Parks, 2009**. Disponível em: <http://www.iasp.ws/Home>. Acesso em: 24 Jan. 2018

IMBUZEIRO, P. E. A.; Proposta e Avaliação de um Modelo da Dinâmica da Inovação nas Micro e Pequenas Empresas Atuando em Redes: Um Estudo do Setor de TIC em Alagoas. 2014, 171 f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2014

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2010. Disponível em: www.sidra.ibge.gov.br. Acesso em 10 de janeiro de 2018

LEE, Y.; CHO, I.; PARK, H. (2015). The effect of collaboration quality on collaboration performance: empirical evidence from manufacturing SMEs in the Republic of Korea. *Total Quality Management & Business Excellence*, 26(9-10): 986-1001

LEIFER, R.; O'CONNOR, G. C.; RICE, M. (2002). A implementação de inovação radical em empresas maduras. *Revista de Administração de Empresas - RAE*, 42(2): 17-30.

LETTICE; F.; PAREKH, M. (2010); The social innovation process: themes, challenges and implications for practice, *Int. J. Technology Management*, Vol. 51, No. 1.

LONGANEZI, T. (2008). Os sistemas de gestão da inovação e a capacidade inovadora das empresas. Tese de Doutorado em Processos Químicos e

Bioquímicos, Universidade Federal do Rio de Janeiro – URFJ, Escola de Química, Rio de Janeiro

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7a ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MAS-TUR, A.; PINAZO, P.; TUR-PORCAR, A. M.; SÁNCHEZ-MASFERRER, M. What to avoid to succeed as an entrepreneur. *Journal of Business Research*, v. 68, p. 2279–2284, 2015.

MERINO, José; Carlos A., THIOLENT, Michel, Maculan, Anne-Marie. **Em el sector pequeno y agroindustrial: propuesta de um parque tecnológico em el Perú**. In: X Belém: PIEBT/UFPA, 2000.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA – MCT. **Programa de Apoio à Implantação e Modernização de Centros Vocacionais Tecnológicos – CVTs**. Secretaria de Ciência e Tecnologia Inclusão Social, 2003.

MOREIRA, M. F.; VARGAS, E. R. (2015). Indução de inovações em serviços: compras governamentais para a inovação ou compras de inovações? *Revista Gestão & Tecnologia*, v. 15 (2) 186-210.

MULGAN, Geoff. (2006); The process of social innovation. *innovations*, v. 1, n. 2, p. 145-162.

MULGAN, Geoff et al. **Social innovation**: what it is, why it matters and how it can be accelerated. London: The Young Foundation, 2007. Disponível em: <<http://youngfoundation.org>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

MULGAN, G. et al. (2007) In and out of sync: the challenge of growing Social Innovations.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. (2010); **The Open Book of Social Innovation**. London, NESTA/The Young Foundation. Disponível em: www.nesta.org.uk/publications/assets/features/the_open_book_of_social_innovation. Acesso em: 12/12/2017.

MURRAY, Robin, Geoff MULGAN, and Julie CAULIER-GRICE. (2008); **How to Innovate**: The tools for social innovation. Draft for comment. London: The Young Foundation.

NEUMEIER, S. (2012); “Why do Social Innovations in Rural Development Matter and Should They be Considered More Seriously in Rural Development Research? – Proposal for a Stronger Focus on Social Innovations in Rural Development Research”. *Sociologia Ruralis*, Vol 52, 48-69.

OCDE (2005). Manual de Oslo. Proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica. Brasília: FINEP.

Paladino, A. (2007). Investigating the drivers of innovation and new product success: a comparison of strategic orientations. *Journal of Product Innovation Management*, 24: 534 - 553.

QUADROS, R. **Aprendendo a inovar**: Padrões de Gestão da Inovação Tecnológica em Empresas Industriais Brasileiras. In: Relatório de pesquisa “Padrões de gestão da Inovação tecnológica em empresas brasileiras” apresentado ao CNPq. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2008.

RAMADANI, V.; S. GERGURI. Theoretical Framework of innovation and competitiveness and innovation program in Macedonia. *European Journal of Social Sciences*, v. 23, n. 2, p. 268–276, 2011.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3 ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

ROGERS, E. M. (1962). **Diffusion of innovations**. New York: Free Press.

ROLLIN, J.; VICENT, V. (2007). *Acteurs et processus d'innovation sociale au Québec*. Québec: Université du Québec.

ROSENBUSCH, N.; BRINCKMANN, J.; BAUSCH, A. Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, v. 26, p. 441–457, 2011.

SCHERER, F. O.; CARLOMAGNO, M. S. **Gestão da Inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a Inovação**. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHUMPETER, J. A. (2013). **Capitalism, socialism and democracy**. Routledge.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Zahar Editores S.A., Rio de Janeiro, 1984.

SCHUMPETER, J.A. (1942). **Capitalism, Socialism and Democracy**. London: Allen & Unwin.

SEDETEC- **Secretaria de Desenvolvimento Estado do Desenvolvimento Econômico e da Ciência e Tecnologia de Sergipe**. Governo de Sergipe. Disponível em: <http://www.sedetec.se.gov.br/> Acesso em 05 de Jan 2018.

SERGIPETEC- **Sergipe Parque Tecnológico**. Disponível em: <http://www.sergipetec.org.br/> Acesso em: 10 Jan 2018

STOILLOV, I. A. Innovation in technological start-ups: Korean start-up ecosystem. Universitat Autònoma de Barcelona - Degree: Business Administration and Management, 2015.

TAYLOR, J. B. Introducing Social Innovation. Journal of Applied Behavioral Science, v. 6, n. 1, p. 69-77, 1970.

Tidd, J. Bessant, J, & Pavitt, K. (2008). **Gestão da inovação**. Porto Alegre. Bookman.

VAN DE VEN, A.H. HARGRAVE, T.J. (2004); Social, technical, and institutional change, in: M.S. Poole, A.H. Van de Ven (Eds.), Handbook of Organizational Change and Innovation, University Press, Oxford, p. 259–303.

VEDOVELLO, Conceição Aparecida; JUDICE, Valeria Maria; MACULAN, Anne Marie. Revisão crítica às abordagens a parques tecnológicos: alternativas interpretativas às experiências brasileiras recentes. **Revista de Administração-RAI**, São Paulo, v.3, n.2, p.103-118, 2006.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8ª. ed. São Paulo: Atlas, 2007

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 10ª. ed. São Paulo: Atlas, 2009

VISNJIC, I; WIENGARTEN, F.; NEELY, A. (2016). Only the brave: product innovation, servise business model innovation, and their impact on performance. *Journal of Product Innovation Management*, 33(1): 36-52.

WANG, E.; JUAN, P. (2015). Entrepreneurial orientation and service innovation on consumer response: A B&B Case. *Journal of Small Business Management*, 54(2): 532-545

WESTLEY, F., PATTON, M. Q. and ZIMMERMAN, B. (2006); *Getting to Maybe: How the World is Changed*. Toronto: Random House Canada. ZENTRUM FUR SOCIALE INNOVATION . About us. Disponível em: https://www.zsi.at/en/about_us/mission_statement_and_vision. Acesso em 02/01/2018.

YIN, R.K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44956315/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1518101756&Signature=34op3%2Bb1gzke9RintlndBuWjW80%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DUNIVERSIDADE_FEDERAL_DE_GOIAS_CAMPUS_CAT.pdf

APÊNDICE A**Roteiro de Entrevista com o Gestor do Centro Vocacional
Tecnológico do SERGIPETEC**

1. Há quanto tempo foi criado o CVT e qual foi seu objetivo inicial?
2. Quais as atividades desenvolvidas pelo CVT no Estado de Sergipe?
3. Como acontece o processo de inscrição nos cursos do CVT?
4. Os cursos e outras atividades são completamente gratuitas?
5. O CVT possui algum mecanismo para acompanhar os egressos desses cursos?
6. Quantos alunos foram capacitados até hoje?
7. Como o CVT mapeia as necessidades da comunidade, para assim elaborar propostas de melhoria?
8. Dentre as atividades encontram-se a capacitação (por meio de cursos profissionalizantes): Que tipo de cursos são oferecidos?
9. Como são definidos os temas desses cursos (temáticas)?
10. O CVT emite algum tipo de relatório das suas atividades? Esse relatório está disponível a comunidade?
11. Em quais municípios acontecem os cursos profissionalizantes?
12. Qual o público alvo das atividades do CVT?

13. Há reuniões com os beneficiários dessas ações sociais. Explique. Quando acontecem? Há alguma periodicidade?
14. Quantos alunos existem atualmente?
15. Como se sustenta economicamente o CVT?
16. CVT tem fechado parcerias com algumas instituições? Quais Instituições ou órgãos?
17. Os cursos tem permitido o aumento no avanço da escolaridade na comunidade de São Cristóvão e região?
18. Os cursos tem permitido a inserção no mercado de trabalho da comunidade de São Cristóvão e região?
19. De acordo com sua visão: quais são as principais oportunidades que hoje tem o CVT?
20. Quais são os principais desafios que enfrenta atualmente o CVT?

APÊNDICE B**Questionário aplicado com os beneficiários de atividades realizadas pelo
Centro Vocacional Tecnológico do SERGIPETEC**

Nome da pessoa: (opcional): _____

Que tipo de atividade promovida pelo CVT, você realiza? _____

Sexo? _____ Idade? _____

De acordo com seu ponto de vista:

1) As atividades do CVT tem ajudado no bem estar individual e coletivo, pois atende as seguintes necessidades:

☐ Saúde ☐ Oportunidade de emprego ☐ transporte

☐ Educação ☐ Lazer ☐ turismo

☐ Outros: _____

2) Você considera que as atividades desenvolvidas pelo CVT são:

☐ Inovadoras ☐ Experimentais ☐ Tradicionais (como qualquer centro tecnológico)

3) As atividades desenvolvidas pelo CVT afetam:

☐ Todas as pessoas do Estado de Sergipe ☐ As pessoas de Aracaju e São Cristóvão

☐ As pessoas dos bairros próximos ao Sergipetec (Sede) ☐ Outras Pessoas.

Descreva: _____

4) Você acredita que as atividades do CVT podem criar impacto sobre alguns aspectos políticos e sociais da região: ☐ SIM ☐ Não

Em caso positivo: descreva alguma situação:

5) você acredita que as atividades desenvolvidas pelo CVT atendem e ajudam a alcançar os objetivos propostos pelo SERGIPETEC?

() SIM () NÃO

porque: _____

6) Você consegue enxergar que há algum tipo de colaboração entre o pessoal do CVT e outras instituições (ex: sebrae, IEL, FIES, SEDETEC, SENAI, etc):

() SIM : () Sebrae () IEL () FIES () Sedetec () Senai () Prefeituras

() NÃO

7) Você acredita que as atividades desenvolvidas pelo CVT podem ser aplicadas em outras regiões: () SIM () NÃO

porque: _____

8) Qual curso ou cursos, você realizou ou realiza no CVT?

9) Como você os avalia?

() ruim () regular () bom () ótimo

10) Como você ficou sabendo da existência e das atividades do CVT?

☐ Por anúncio ☐ Pela diretora da escola ☐ por um Professor ☐ Por um amigo ☐
por um parente que já tinha feito curso no CVT

☐ outra forma Qual: _____

11) Foi difícil conseguir a inscrição?

☐ sim ☐ não

12) Alguém já lhe perguntou sobre quais as principais necessidades da sua comunidade ou bairro? ☐ SIM ☐ NÃO

quem: _____

13) Como foi sua experiência?

☐ ruim ☐ regular ☐ boa ☐ ótima

14) Você acha que as atividades desenvolvidas pelo CVT tem ajudado à comunidade: ☐ SIM ☐ NÃO

Em caso positivo, essa ajuda se deu, pois o CVT

☐ Oferta cursos profissionalizantes ☐ Oferta cursos de idiomas ☐ Cria condições de emprego

☐ Proporciona informações que ajudam na saúde da população ☐ Capacita à população para ter a chance de um melhor emprego

☐ ajuda as pessoas a ocupar o tempo com atividades produtivas e Evita violência e desemprego

☐ Melhora o ambiente da comunidade (bairro)

15) Como você avalia o CVT?

☐ ruim ☐ regular ☐ boa ☐ ótima

Descrição: _____

16) Como ficou sua vida após participar do(s) projeto(s)?
